

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata ialah satu dari banyaknya sumber daya utama dari *Gross Domestic Product (GDP)*, serta memainkan peran penting yang memberikan kontribusi dominan dalam pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan lapangan pekerjaan di banyak negara.¹ Selama satu dekade terakhir, konsep pariwisata mengalami perkembangan baik secara global maupun domestik. Konsep pariwisata kemudian berkembang dan memunculkan istilah pariwisata halal bersamaan dengan meningkatnya populasi muslim di seluruh dunia. Pengikut ajaran Islam di dunia saat ini mencapai 30% dari total populasinya.² Populasi muslim yang terus bertambah ini sekaligus membuat permintaan akan kebutuhan halal meningkat. Menurut Global Islamic Economic Report, perputaran ekonomi dari wisatawan halal diperkirakan meningkat dari 177 miliar dolar AS pada tahun 2017 akan menjadi 247 miliar dolar AS pada tahun 2023.³ Melihat potensi yang besar ini, banyak negara di dunia kemudian mulai berlomba-lomba menerapkan wisata halal.

Mohammed Battour dan Mohd Nazari Ismail mendefinisikan pariwisata halal sebagai “setiap objek atau aktivitas wisata yang dibenarkan menurut ajaran Islam untuk digunakan oleh umat muslim dalam industri pariwisata”.⁴ Dari definisi

¹ Cyntia Keliat, I Gede Eko P.S.S. “Sustainable Halal Tourism in The Post Pandemic Era : Opportunity and Challenges”. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2, No. 1, 2022

² Cyntia Keliat, I Gede Eko P.S.S. “Sustainable Halal Tourism in The Post Pandemic Era : Opportunity and Challenges”

³ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. “Potensi Pengembangan Wisata Halal di Indonesia”. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia>. (2021)

⁴ Mohammed Battour dan Mohd Nazari Ismail “Halal tourism : Concept, Practice, Challenges and Future”. *Tourism Management Perspectives*. 2019

tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata halal atau *halal tourism* cenderung menempatkan hukum Islam (syariah) sebagai landasan dalam menyediakan produk maupun layanan kepada wisatawan seperti menyediakan hotel sesuai dengan syariah, restoran halal, fasilitas ibadah, lingkungan yang aman yang dimana layanan tersebut tidak hanya dapat dirasakan oleh wisatawan muslim tetapi juga dapat dinikmati oleh wisatawan non-muslim.

Indonesia sendiri merupakan salah satu negara yang mengimplementasikan wisata halal. Pengembangan pariwisata halal di Indonesia adalah salah satu program prioritas Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pemerintah Indonesia memiliki ambisi untuk menjadikan Indonesia sebagai tujuan pariwisata halal kelas dunia.⁵ Sebagaimana visi pengembangan pariwisata halal tahun 2019-2024 adalah “*Indonesia as world-class halal tourism destination*”.⁶ Dalam pelaksanaannya, Indonesia dapat dikatakan serius untuk meningkatkan wisata halal, hal ini dapat dilihat dari prestasi yang berhasil dicapai oleh Indonesia sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia pada tahun 2019 dengan skor 78 bersama Malaysia.⁷

Para ahli memperkirakan bahwa tahun 2020 akan menjadi masa dimana pariwisata halal akan menjadi lebih baik, jika diperhatikan wisatawan muslim dapat mencapai 30%. Namun pada tahun 2020 prediksi ini tidak berjalan sebagaimana mestinya karena Pandemi Covid-19. Selama pandemi Covid-19 sektor wisata halal adalah salah satu yang paling terdampak, jumlah wisatawan menurun drastis. Pada

⁵ Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah “Sembilan Strategi jadikan Indonesia Destinasi Wisata Kelas Dunia” 2019.

⁶ Kementerian Pariwisata. “Rencana Strategis Pariwisata Halal 2019-2024”. 30

⁷ Mastercard-CrescentRating, “Global Muslim Travel Index 2019”

tahun 2019 total kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia sebanyak 16.106.954 kemudian terjun bebas pada tahun 2020 menjadi 4.052.923.⁸ Keadaan yang buruk ini tidak hanya dialami oleh Indonesia tetapi juga dialami oleh negara-negara lain. Global Muslim Travel Index kembali merilis pemeringkatan pada tahun 2021. Diketahui Indonesia berada pada peringkat 4 dengan skor 73 dibawah oleh Malaysia sebagai peringkat 1 dengan skor 80, kemudian Turki menduduki peringkat 2 dengan skor 77 dan Arab Saudi memperoleh peringkat 3 dengan skor 76.⁹ Dari skor tersebut dapat dilihat penurunan peringkat Indonesia dari peringkat 1 pada tahun 2019 menjadi peringkat 4 pada tahun 2021.

Selain Pandemi Covid-19, lemahnya sertifikasi juga halal menjadi salah satu alasan menurunnya performa pariwisata halal Indonesia. Kurangnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan sertifikasi halal dipengaruhi *steorotipe* masyarakat akan tidak pentingnya sertifikasi halal serta minimnya sosialisasi akan kewajiban sertifikasi dikalangan pelaku usaha. Kondisi ini dapat dilihat dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Kementerian Agama, dan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang baru direalisasikan kurang dari 30 persen padahal pemerintah telah mengalokasikan anggaran sebesar 25 ribu (APBN) dan 324 (PEN) untuk memfasilitasi pelaku usaha memperoleh sertifikasi halal secara gratis.¹⁰

Faktor lainnya yang menyebabkan menurunnya pariwisata halal Indonesia juga dipengaruhi oleh *travel advisory*. Pada tahun 2019 beberapa negara telah mengeluarkan *travel advisory* (anjuan perjalanan) kepada warga negaranya yang

⁸ Badan Pusat Statistik, "Statistical Yearbook of Indonesia". (2021)

⁹ Mastercard CrescentRating. Global Muslim Travel Index 2021

¹⁰ MUI digital. "Lemahnya Sosialisasi Pemerintah jadi Penghambat Percepatan Sertifikasi Halal"

hendak melakukan perjalanan ke Indonesia. *Travel advisory* sendiri adalah peringatan waspada untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi karena dapat membahayakan wisatawan. Kebijakan *travel advisory* yang dikeluarkan oleh beberapa negara kepada Indonesia merupakan respon dari terjadinya kerusuhan pada pengumuman pemilu 2019 dan beberapa aksi teror lainnya. Beberapa negara yang mengeluarkan kebijakan tersebut adalah Singapura, Australia, Kanada, Malaysia, Inggris, Belanda, Thailand dan Filipina. Pemerintah Australia bahkan menyebutkan memberikan peringatan *Exercise a High Degree of Caution* (Peringatan Tingkat Tinggi) di Indonesia, termasuk Bali, Sulawesi Tengah dan Provinsi Papua.¹¹ Pada tahun 2021, daftar negara yang mengeluarkan peringatan bertambah, diantaranya adalah Jepang, Korea Selatan, Jerman, dan Amerika Serikat. Pemerintah Jepang menghimbau agar warga negaranya menghindari kerumunan dan festival yang bersifat keagamaan. Pada laman resminya, Pemerintah Korea Selatan juga menyebutkan bahwa tindakan terorisme yang berlangsung di Indonesia disebabkan oleh faktor fundamental seperti Islam, separatisme Papua, dan konflik agama.¹²

Menyadari adanya penurunan sektor pariwisata, Indonesia memutuskan untuk melakukan beberapa upaya. Sebagaimana sejumlah negara lainnya mulai memberlakukan vaksinasi, Indonesia pun melakukan hal yang sama. Melalui Menteri Kesehatan Republik Indonesia, pemerintah Indonesia menerapkan

¹¹ KOMPAS.com, "Beberapa Negara Keluarkan Travel Advisory untuk Warganya di Indonesia". 2019. <https://travel.kompas.com/read/2019/05/22/224547327/beberapa-negara-keluarkan-travel-advisory-untuk-warganya-di-indonesia>

¹² CNBC Indonesia, "Countries Issue Warnings to Their Citizen in Indonesia". 2021. https://www-cnbcindonesia-com.translate.goog/news/20210915101332-4-276388/negara-negara-keluarkan-warning-ke-warganya-di-ri/1?_x_tr_sl=id&_x_tr_tl=en&_x_tr_hl=en&_x_tr_pto=sc

kebijakan vaksin dalam rangka penanggulangan pandemi Covid-19.¹³ Indonesia juga memberlakukan interoperabilitas sertifikat vaksinasi dengan Uni Eropa, kerjasama saling pengakuan sertifikat vaksinasi Covid-19 ini bertujuan untuk memudahkan perjalanan luar negeri dalam rangka pemulihan ekonomi, seperti untuk pekerja migran Indonesia, pelajar, wisatawan mancanegara dan pelaku bisnis.¹⁴ Kebijakan pemberlakuan vaksinasi ini cukup berdampak positif, terbukti dari adanya peningkatan wisatawan mancanegara dari total jumlah pengunjung 1.557.530 pada tahun 2021 kemudian mengalami peningkatan menjadi 5.471.277 pada tahun 2022.¹⁵

Pemerintah Indonesia terus mengupayakan banyak hal untuk meningkatkan pariwisata halal yang pernah mengalami penurunan dengan melakukan berbagai aktivitas diplomasi publik seperti melalui kampanye *Wonderful Indonesia Halal Tourism* dan juga melakukan kerjasama bilateral dengan beberapa negara dalam rangka meningkatkan wisata halal, seperti misalnya penandatanganan *Memorandum of Understanding* Indonesia-Kamboja untuk meningkatkan sektor pariwisata pasca pandemi.¹⁶ Pada penelitian ini, penulis menggunakan diplomasi publik sebagai pisau analisis, pemanfaatan pariwisata sebagai alat diplomasi ini dianggap relevan sebagai alat komunikasi Indonesia kepada dunia untuk

¹³ Menteri Kesehatan Republik Indonesia, "Pelaksanaan Vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.10*. (2021)

¹⁴ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. "Pemberlakuan Interoperabilitas Sertifikat Vaksinasi Covid-19 Indonesia dan Uni Eropa". <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3593/berita/pemberlakuan-interoperabilitas-sertifikat-vaksinasi-covid-19-indonesia-dan-uni-eropa> diakses pada Juli 2023

¹⁵ Badan Pusat Statistik. "Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan tahun 2018-2022". *Statistical Year Book of Indonesia*. 412. (2023)

¹⁶ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. "Indonesia dan Kamboja Sepaket Kerjasama Untuk Bangkitkan Pariwisata Pasca Pandemi". (2022).

memperkenalkan kembali wisata halal Indonesia sebagai destinasi yang kaya dan aman. Harapannya aksi diplomasi publik melalui pariwisata halal ini dapat berkontribusi dalam membangun persepsi positif sehingga dapat membantu memperkuat posisi Indonesia di skala internasional.¹⁷ Pemanfaatan pariwisata sebagai instrumen diplomasi publik Indonesia dilakukan karena pariwisata merupakan unsur yang mudah diterima, tanpa paksaan serta dapat menarik perhatian masyarakat luar dengan mudah.¹⁸ Selanjutnya diplomasi publik juga menawarkan beberapa dimensi yang harus dicapai agar diplomasi publik tersebut dapat dikatakan berhasil. Oleh karena itu, topik ini menjadi menarik untuk diteliti dan penulis juga ingin mengkaji bagaimana strategi yang dilakukan oleh Indonesia untuk meningkatkan pariwisata halal melalui diplomasi publik berdasarkan dimensi yang telah ditawarkan

1.2 Rumusan Masalah

Selama satu dekade terakhir, konsep pariwisata mengalami perubahan. Wisata halal hadir bersamaan dengan bertambahnya populasi muslim diseluruh dunia, oleh karena itu kepentingan akan fasilitas halal pun meningkat. Melihat besarnya potensi yang dimiliki, banyak negara kemudian menerapkan wisata halal. Indonesia sendiri merupakan satu dari banyaknya negara yang menerapkan pariwisata halal, pada praktiknya Indonesia terbilang serius mengembangkan sektor ini dibuktikan dengan prestasi yang diraih oleh Indonesia sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia pada tahun 2019 melalui Muslim Travel Index. Namun kemudian peringkat tersebut

¹⁷ Garit Bira Widhasti, Christy Damayanti dan HERNING SURYO SARDJONO. "Diplomasi Publik Pemerintah Republik Indonesia Melalui Pariwisata Halal".

¹⁸ Garit Bira Widhiasti, dkk. "Diplomasi Publik Pemerintah Republik Indonesia Melalui Pariwisata Halal".

turun pada tahun 2021 menjadi peringkat 4. Terdapat beberapa kendala dalam pengembangan wisata halal di Indonesia, dimulai dengan pandemi covid-19 yang mendatangkan dampak buruk bagi berbagai sektor termasuk bagi sektor wisata. Lemahnya sertifikasi halal, dan *travel advisory* juga menjadi faktor menurunnya performa wisata halal Indonesia. Namun meskipun begitu Indonesia terus mengupayakan banyak hal untuk meningkatkan wisata halal, salah satunya melalui diplomasi publik.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi diplomasi publik yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan pariwisata halal tahun 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari tulisan ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian sekaligus menjelaskan strategi yang dilakukan oleh Indonesia melalui diplomasi publik untuk meningkatkan pariwisata halal tahun 2019-2023

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara akademis dan serta manfaat secara praktis, yakni :

- a. Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam memberikan informasi dan wawasan baru mengenai strategi Indonesia dalam meningkatkan pariwisata halal tahun 2019-2023 melalui diplomasi publik, serta menjadi referensi bagi penelitian berikutnya.

- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangsih pemikiran bagi ilmu hubungan internasional dalam membangun dan mengembangkan pemikiran terkait strategi Indonesia dalam meningkatkan pariwisata halal melalui diplomasi publik. Serta dapat menjadi bahan rujukan bagi Indonesia untuk terus memperbaiki dan bersinergi dalam pengembangan wisata halal.

1.6 Studi Pustaka

Untuk menjawab penelitian, penulis berusaha mengumpulkan informasi-informasi dari literatur dan penelitian sebelumnya yang sekiranya relevan dengan topik yang dibahas, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, diambil dari artikel jurnal yang ditulis oleh Cyntia Keliat dan I Gede Eko Putra Sri Sentanu dengan judul “Sustainable Halal Tourism in The Post Pandemic Era : Opportunity and Challenges”.¹⁹ Dalam tulisan ini dijelaskan bahwa pariwisata halal telah menjadi pasar yang ikonik, sektor ini lahir dari jumlah populasi muslim dunia yang terus meningkat setiap tahun. Para ahli memperkirakan bahwa tahun 2020 akan menjadi masa dimana pariwisata halal membaik. Wisatawan muslim akan terus meningkat sebanyak 30% dimana hal ini akan selaras dengan peningkatan pengularan hingga 200 miliar USD berdasarkan MasterCard Crescenrating. Namun pada tahun 2020 prediksi ini tidak terwujud karena Pandemi Covid-19 dan pada bulan Mei 2020 Kementrian Keuangan Indonesia menerbitkan

¹⁹ Cyntia Keliat dan I Gede Eko Putra Sri Sentanu, “Sustainable Halal Tourism in The Post Pandemic Era : Opportunity and Challenges”. *Journal of Research on Business and Tourism 2, No. 1* (2022)

laporan ekonomi keuangan yang dimana berisi tentang Pandemi Covid-19 akan terus berlanjut dan akan memberikan pengaruh yang besar bagi perekonomian.

Pariwisata halal adalah segmen pasar yang pertumbuhan yang luar biasa dimasa depan. Namun konsep wisata halal dianggap sebagai representasi suatu agama yang menakutkan, padahal wisata halal tidak hanya milik wisatawan muslim, wisatawan non-muslim pun dapat menikmati produk ini dengan bebas. Indonesia sendiri merupakan negara yang sangat berpotensi dalam pengembangan wisata halal dimana mayoritas penduduknya beragama muslim dan juga memiliki kekayaan alam yang luar biasa. Namun dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa tantangan seperti kurangnya label halal. Hal ini karena stereotipe dari masyarakat lokal sendiri, masyarakat lokal sadar dan paham bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim maka akan merasa tidak membutuhkan label halal pada restoran karena yakin bahwa produknya pasti dalam keadaan halal. Namun untuk wisatawan asing label halal sangat dibutuhkan untuk menarik minat dan kepercayaan. Dalam tulisan ini juga disebutkan bahwa peran pemerintah sangat dibutuhkan. Namun, dalam tulisan ini tidak dijabarkan bagaimana tantangan yang dihadapi oleh Indonesia dalam sektor wisata halal selama Pandemi Covid-19 dan bagaimana strategi Indonesia untuk pulih.

Kedua, dari artikel jurnal yang ditulis oleh Muawanah, Nur Dinah Fauziah, Mohamad Toha, dan Agnes Cahyatria Manaku dengan judul “The Survival Strategy of Halal Tourism in Covid-19 Pandemic Era”.²⁰ Dalam tulisan ini dijelaskan bahwa Pandemi Covid-19 tidak hanya berdampak pada sektor Kesehatan

²⁰ Muawanah, Nur Dinah Fauziah, Mohamad Toha, dan Agnes Cahyatria Manaku, “The Survival Strategy of Halal Tourism in Covid-19 Pandemic Era”. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 3 No. 2 (2021)

namun juga berdampak pada ekonomi global. Dalam hal ini pariwisata halal adalah salah satu segmen yang kena dampak dari Pandemi Covid-19. Menurut World Travel and Tourism Council Covid-19 akan memberikan dampak yang nyata terhadap sektor perjalanan dan pariwisata, akibatnya 50 juta orang diseluruh dunia kehilangan pekerjaan. Kementrian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Indonesia melaporkan bahwa pada 2 Juni 2020 terhitung sebanyak 3,05 juta tenaga kerja terdampak Covid-19 dan diperkirakan akan bertambah 5,23 juta pengangguran jika Covid-19 belum reda. Akibat dari pandemi ini semua kegiatan sosial dilarang dan diberhentikan sementara, perekonomian melemah, pariwisata ditutup, layanan transportasi dikurangi, pusat perbelanjaan sepi.

Dalam tulisan ini juga dijelaskan bahwa Indonesia melakukan beberapa hal untuk proses pengembangan wisata halal. Pada pelaksanaannya Indonesia membentuk Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal yang bertanggung jawab dalam membantu pemerintah untuk memetakan, mengembangkan dan memberikan panduan daerah yang berpotensi untuk mengembangkan pariwisata halal. Melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pemerintah Indonesia telah membuat pedoman untuk penyelenggaraan hotel syariah. Syariah yang dimaksud adalah prinsip-prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa oleh Majelis Ulama Indonesia.

Selama Pandemi Covid-19, industri pariwisata halal adalah salah satu sektor yang paling terdampak, tidak hanya di Indonesia, negara-negara lain pun merasakan hal yang serupa. Apalagi setelah ditetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga beberapa sektor industri mengalami kerugian yang besar. Untuk bangkit dari situasi yang buruk ini, para pelaku bisnis telah menyiapkan beberapa

strategi, diantaranya seperti, fokus pada perbaikan destinasi seperti kebersihan, keamanan, pelayanan yang nantinya akan berpengaruh pada kenyamanan wisatawan. Memperkuat regulasi masuknya wisatawan luar negara. Beberapa hotel di Indonesia bahkan memberlakukan kebijakan yang menarik seperti mengadakan promo besar-besaran, hal ini akan menjadi alternatif sebagai layanan isolasi mandiri.

Ketiga, dari artikel jurnal yang ditulis oleh Garit Bira Widhasti, Christy Damayanti dan Herning Suryo Sardjono dengan judul “Diplomasi Pemerintah Indonesia Melalui Pariwisata Halal”.²¹ Dalam tulisan ini dijelaskan bahwa Indonesia sudah terkenal sejak lama akan kekayaan sosial budayanya. Namun aksi terorisme yang terjadi secara berturut-turut menimpa Indonesia sehingga memberikan dampak buruk untuk citra negara tersebut di mata dunia. Beberapa negara bahkan mengeluarkan *travel ban* dan *travel advisory* kepada warga negaranya untuk sementara tidak mengunjungi Indonesia. Terjadinya aksi teror bom telah mencoreng citra Indonesia sebagai destinasi wisata yang indah dan aman. Hal inilah yang kemudian melatar belakangi pemerintah Indonesia untuk melakukan aksi diplomasi terhadap masyarakat internasional melalui pariwisata untuk memperbaiki citra. Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai Upaya diplomasi publik melalui kampanye *Visit Indonesia Year 2008* dan *Wonderful Indonesia*. Untuk wisata halal sendiri, Indonesia memiliki *tagline Halal Tourism Indonesia, The Halal Wonders* yang merupakan bentuk komitmen pemerintah Indonesia dalam menyemarakkan pariwisata halal Indonesia ke dunia

²¹ Garit Bira Widhasti, dkk, “Diplomasi Publik Indonesia Melalui Pariwisata Halal”. *Jurnal Ilmu Sosial, Solidaritas. 1, No. 1*, (2017)

internasional. Aksi ini harapannya dapat menjadi jembatan untuk membangun persepsi baik terhadap Indonesia serta memperkuat posisi Indonesia di kancah internasional. Dalam tulisan ini juga dijelaskan bahwa pada awalnya sektor pariwisata hanya sebatas aktifitas perjalanan yang difokuskan untuk berlibur namun pada prakteknya pariwisata memiliki peran yang signifikan dalam menarik perhatian masyarakat dunia untuk mengenal budaya suatu negara. Oleh karena itu, faktor tersebutlah yang mendorong pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata dan menjadikannya sebagai bagian dari aktivitas diplomasi publik dalam rangka memperkenalkan negaranya kepada masyarakat dunia. Tulisan ini cukup memberikan informasi kepada penulis terkait bagaimana pariwisata dapat menjadi instrument diplomasi publik.

Keempat, dari artikel jurnal yang ditulis oleh Razdkanya Ramadhanty, Afrimadona, dan Garcia Krisnando dengan judul “Diplomasi Publik Indonesia dalam Upaya Peningkatan Pariwisata Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Era Presiden Joko Widodo, (studi kasus: TheJakartaPost.com 2015-2019)”. Dalam tulisan disebutkan, Arief Yahya selaku Menteri Pariwisata Kabinet Kerja bahwa kampanye *Wonderful Indonesia* berperan penting dalam peningkatan wisatawan asing. Dalam aksi menyemarakkan kampanye tersebut, Indonesia memanfaatkan berbagai media, salah satunya adalah TheJakartaPost sebagai media lokal yang efektif untuk menyebarkan informasi terkait perkembangan Indonesia yang memiliki target didalam negeri maupun luar negeri. Dalam tulisan ini dijelaskan bahwa Indonesia memanfaatkan TheJakartaPost sebagai media diplomasi publik untuk mempromosikan kampanye *Wonderful Indonesia* dan strategi tersebut dianggap berhasil setelah adanya peningkatan wisatawan pada tahun 2015-2019.

Tulisan ini memberikan wawasan berharga kepada penulis bahwa media online dapat memiliki peran dalam aktivitas diplomasi publik.

Kelima, dari artikel jurnal yang ditulis oleh Nidya Waras Sayekti dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Halal di Indonesia”.²² Dalam tulisan ini dijelaskan tentang strategi untuk mengembangkan sektor pariwisata halal di Indonesia. Pariwisata halal adalah konsep yang mengacu pada pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Awalnya dalam tulisan ini disebutkan bahwa seharusnya pengembangan wisata halal di Indonesia tidak sulit karena besarnya potensi yang dimiliki. Pariwisata halal muncul karena besarnya kebutuhan masyarakat global akan fasilitas tersebut, maka dari itu pengembangan wisata halal ini menjadi penting. Sebagai salah satu negara yang berkomitmen dalam pengembangan wisata halal, Indonesia melakukan beberapa upaya. Melalui Kementerian dan Ekonomi Kreatif, Indonesia membentuk tim percepatan dan pengembangan wisata halal. Kemudian tim tersebut bertanggung jawab atas program percepatan kerja untuk pengembangan wisata halal. Dalam tulisan ini juga dijelaskan bahwa pentingnya pendidikan dan pelatihan dalam industri pariwisata halal untuk melatih tenaga kerja dalam pelayanan yang ramah muslim, memahami kebutuhan wisatawan muslim, dan mempromosikan kesadaran budaya dan agama akan memperkuat sektor pariwisata halal di Indonesia.

²² Nidya Waras Sayekti, “Strategi Pengembangan Wisata Halal Indonesia”. *Pusat Penelitian, Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*. (2019)

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 Diplomasi Publik

Diplomasi publik dikenalkan pertama kali pada tahun 1965 oleh Edmund Gullion sebagai upaya menghilangkan propaganda yang dinilai negatif. Gullion mendefinisikan diplomasi publik sebagai tindakan yang dijalankan oleh suatu negara untuk membangun atau mengubah opini publik di negara lain melalui implementasi kebijakan luar negeri, yang melibatkan interaksi kepentingan kelompok atau individu di satu negara dengan negara lain.²³ Menurut Jay Wang diplomasi publik bertujuan untuk memperkuat hubungan antar negara yang mana akan memberikan dampak pada bidang politik, ekonomi, sosial.²⁴ Sementara Jan Mellisen mendefinisikan diplomasi publik sebagai sebuah upaya untuk mempengaruhi individu atau kelompok lain dari luar negara dengan cara yang positif sehingga dapat mengubah pandangan aktor tersebut akan suatu negara.²⁵ Konsep diplomasi publik memiliki tiga tujuan utama yakni: (1) mempromosikan tujuan dan kebijakan negara-bangsa, (2) mengkomunikasikan nilai-nilai dan cita-cita mereka, (3) mengembangkan pemahaman Bersama dan rasa saling percaya antara negara dan masyarakat.²⁶ Jay Wang juga menambahkan bahwa kegiatan diplomasi publik mencakup segala hal yang dilakukan oleh negara dan non-negara untuk mempromosikan *soft power*.

²³ Hasan Saliu, "The Evolution of the Concept of Public Diplomacy from the Perspective of Communication Stakeholders". *Medijska Istrazivanja* (2020)

²⁴ Citra Hennida, "Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri". *Departemen Hubungan Internasional, Universitas Airlangga*

²⁵ Citra Hennida "Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri"

²⁶ Jay Wang, "Public Diplomacy and Global Business". *Journal of Business Strategy*. (2006)

Mark Leonard menyebutkan bahwa terdapat tiga dimensi yang harus dicapai untuk meraih keberhasilan diplomasi publik, diantaranya:²⁷

1. *News Management*

Dewasa ini, akses dan penyebaran informasi komunikasi menjadi sangat mudah dan luas. Oleh karenanya pemanfaatan media dalam proses diplomasi publik adalah hal yang sangat penting agar kepentingan yang ingin dicapai dapat dituju dengan mudah. Dalam hal ini yang berperan sebagai aktor diplomasi publik adalah negara. Maka pemerintah/negara perlu melakukan manajemen berita baik secara media cetak maupun media elektronik. Hal-hal yang diangkat dalam media berita tersebut merupakan hal-hal yang relevan dengan kepentingan nasional agar diplomasi publik dapat dicapai. Kegiatan diplomasi publik dapat dianggap berhasil ketika pesan yang dibawakan melalui *news management* dapat tersampaikan dengan baik kepada publik asing sehingga kepentingan suatu negara tercapai.

2. *Strategic Communications*

Strategic communications lebih cenderung pada kegiatan seperti kampanye politik. Proses ini memerlukan waktu yang cukup lama karena pemerintah perlu memetakan terkait pesan apa saja yang hendak disampaikan serta menyusun program-program pendukung untuk aktivitas kampanye tersebut. *Strategic communication* bertujuan untuk membentuk persepsi suatu negara dengan memanfaatkan berbagai sektor seperti pariwisata, perdagangan, investasi, hubungan budaya. Oleh karena itu penting bagi aktor diplomasi publik baik itu negara maupun non-negara untuk bekerjasama dengan baik serta mengupayakan

²⁷ Mark Leonard. "Public Diplomacy, The Foreign Policy Center". (2002)

sebaik mungkin dalam mempromosikan atau menyampaikan suatu pesan. Dalam *strategic communication* ini, aktivitas diplomasi publik dapat dikatakan berhasil jika persepsi masyarakat dapat berubah menjadi lebih positif akan suatu negara.

3. *Relationship Building*

Relationship building juga membutuhkan waktu yang lama dalam pelaksanaannya hingga jangka waktu tahunan. *Relationship building* lebih berfokus pada terciptanya hubungan yang baik dengan suatu individu melalui kerjasama, pertukaran, pelatihan, seminar, pameran, konferensi, hubungan virtual. Dalam hal ini, pelaku diplomasi publik penting untuk terlibat untuk memastikan bahwa pengalaman yang dinikmati oleh suatu individu merupakan pengalaman yang positif. Keberadaan program-program Kerjasama tersebut harapannya dapat mengubah persepsi atau sikap masyarakat internasional sesuai dengan kepentingan nasional. Dalam hal ini diplomasi publik dapat dianggap berhasil jika hubungan baik dapat dicapai serta adanya peningkatan pada pengalaman yang dirasakan oleh suatu individu terhadap suatu negara.

Dalam pelaksanaannya, diplomasi publik tidak hanya bergantung pada pemerintah melainkan juga melibatkan aktor non-pemerintah seperti LSM dan masyarakat. Diplomasi publik bertujuan untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui *informing, influence, understanding*. Menurut Mark Leonard terdapat lima hirarki yang dapat dicapai oleh diplomasi publik.²⁸

1. Meningkatkan keakraban masyarakat dengan suatu negara, membuat mereka berpikir tentang negara tersebut dan mengubah opini menjadi positif

²⁸ Mark Leonard. "Public Diplomacy, The Foreign Policy Center". (2002), hal.9

2. Meningkatkan apresiasi masyarakat akan suatu negara.
3. Melibatkan masyarakat luar dalam kegiatan suatu negara, menjalin hubungan melalui hubungan pendidikan seperti kerjasama ilmiah atau pertukaran pelajar, menarik perhatian masyarakat luar untuk melakukan pariwisata, membuat masyarakat luar untuk membeli produk suatu negara.
4. Proaktif membuat agenda melalui media berita yang bertujuan untuk menyampaikan pesan agar dapat mempengaruhi persepsi masyarakat luar.
5. Membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat luar negeri agar mendapatkan pengakuan atas nilai-nilai tertentu

Dari penjelasan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa pariwisata merupakan salah satu instrument dari diplomasi publik. Pariwisata dapat berperan membentuk suatu opini publik tanpa unsur paksaan, pariwisata juga dapat menarik perhatian publik dan dapat dijadikan alat untuk mencapai kepentingan nasional. Dalam hal ini penulis menganggap bahwa konsep diplomasi publik oleh Mark Leonard ini relevan untuk dijadikan kerangka analisis. konsep ini menawarkan beberapa dimensi untuk melihat tingkat keberhasilan strategi yang dilakukan oleh Indonesia untuk memulihkan wisata halal melalui *news management*, *strategic communication*, *relationship building*. Hal tersebut relevan dengan program-program aksi yang dilakukan Indonesia. Konsep ini sangat membantu penulis dalam menemukan jawaban dari pertanyaan penelitian

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif karena data-data yang diperoleh berasal dari literatur-literatur yang relevan dengan isu yang dibahas. Sukmadinata menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan dan menganalisis suatu peristiwa, permasalahan sosial dan suatu fenomena.²⁹Jenis penelitian ini adalah deskriptif dimana penulis akan memberikan gambaran dan menjelaskan tentang strategi yang dilakukan oleh Indonesia dalam meningkatkan pariwisata halal tahun 2019-2023 melalui diplomasi publik.

1.8.2 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terfokus, penulis memberikan batasan-batasan. Pembatasan tersebut meliputi waktu penelitian yaitu dari tahun 2019-2023. Pemilihan batas waktu tersebut karena pada tahun 2019 Indonesia pernah wisata halal terbaik dunia namun dikarenakan beberapa tantangan, wisata halal Indonesia mengalami penurunan sehingga pada tahun 2021 Indonesia menduduki peringkat keempat. Menyadari penurunan tersebut kemudian Indonesia berupaya untuk meningkatkan wisata halal pada tahun-tahun berikutnya hingga saat ini.

²⁹ Nana Syaodin Sukmadinata. "Metode Penelitian Pendidikan". *Bandung: Remaja Rosdakarya*-2005

1.8.3 Unit dan Level Analisis

Menurut Mohtar Mas'oeed untuk menetapkan analisis harus terlebih dahulu menentukan unit analisis dan unit eksplanasi.³⁰ Unit analisa adalah variabel dependen yang perilakunya akan diramalkan, dijelaskan dan dideskripsikan. Sementara unit eksplanasi merupakan variabel independen yaitu variable yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini penulis menentukan unit analisisnya adalah Diplomasi Publik Indonesia dan unit eksplanasinya adalah meningkatkan pariwisata halal tahun 2019-2023.

Tingkat analisis adalah objek yang menjadi fokus dalam pembahasan penelitian. Menurut Patric Morgan, terdapat lima tingkat analisis yaitu individu, negara-bangsa, kelompok negara-bangsa dan sistem internasional.³¹ Tingkat analisis dalam penelitian ini adalah negara, karena fokus kajiannya adalah strategi Indonesia.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data, penulis menggunakan teknik *library research* atau studi pustaka melalui data sekunder. Sumber data sekunder ini penulis dapatkan dari buku, laporan tahunan Badan Pusat Statistik, laporan tahunan Global Muslim travel Index oleh Mastercard CrescentRating (<https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2021.html>), Rencana Strategi Pengembangan Wisata Halal 2019-2024 oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, dari artikel jurnal seperti Researchgate. Dan juga

³⁰ Mohtar Mas'oeed. "Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metologi". *Pustaka Nasional*. (Jakarta:LP3ES,1990)

³¹Patric Morgan. "Theories and Approaches to International Politics".

dari situs resmi pemerintah seperti dari Kemlu.go.id, Kemenkes RI dan dari situs-situs terpercaya lainnya.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Menurut Samiaji terdapat tiga tahap dalam teknik analisis data.³² Yaitu pengumpulan dan pemadatan data sebagai tahap pertama, kemudian menampilkan data sebagai tahap kedua, dan menarik data atau memverifikasi kesimpulan sebagai tahap terakhir. Pada tahap pertama, penulis menghimpun data sebanyak-banyaknya dari sumber yang resmi dan kemudian memilah data yang relevan dengan isu yang sedang dibahas. Pada tahap kedua, penulis nantinya akan menampilkan data dalam bentuk narasi di bab selanjutnya dan tahap ketiga, penulis akan menarik kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah dikerjakan.

1.9 Sistematika Penulisan

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab. Di antaranya adalah latar belakang rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka, kerangka konseptual, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Pada bagian latar belakang penulis menggambarkan tentang bagaimana kondisi implementasi wisata halal di Indonesia, tantangan yang dihadapi dan kegiatan diplomasi seperti apa yang dilakukan oleh Indonesia untuk meningkatkan wisata halal tersebut.

³² Samiaji Sarosa. “Analisis Data Penelitian Kualitatif” (2021)

Bab II : PAWISATA HALAL DI INDONESIA

Pada bab ini penulis akan memaparkan bagaimana pengertian pariwisata halal dan dinamikanya. Penjelarasannya akan meliputi faktor terbentuk dan berkembangnya pariwisata halal, sejarah perjalanan dunia yang termasuk ziarah, wisata religi, dan wisata halal didalamnya. Serta memaparkan tentang dinamika pelaksanaan pariwisata halal di Indonesia

Bab III : DIPLOMASI PUBLIK DAN PARIWISATA HALAL

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang konsep teori yang dipakai dalam penelitian ini, yakni diplomasi publik. Kemudian penulis juga memaparkan bagaimana relevansi antara diplomasi publik dan pariwisata halal

Bab IV : STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PARIWISATA HALAL PADA TAHUN 2019-2023

Pada bab ini penulis akan memaparkan bagaimana strategi diplomasi publik yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan pariwisata halal dari tahun 2019-2023. Strategi yang dilakukan oleh Indonesia meliputi tiga dimensi yang ditawarkan dalam diplomasi publik. Pada bab ini penulis memaparkan strategi yang dilakukan oleh Indonesia dalam beberapa sub bab dan sub sub bab, masing-masing sub bab mewakili dimensi diplomasi publik yang ditawarkan.

Bab V : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir sekaligus penutup. Bab penutup akan berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.