

**UPAYA PROMOSI MALAYSIA MELALUI WISATA HALAL
TERHADAP UNI EMIRAT ARAB**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas*

FAJRI FAUZIAR IKHSAN

1 2 1 0 8 5 2 0 0 6



Pembimbing I : Sofia Trisni, S.IP, MA (IntRel)

Pembimbing II : Maryam Jamilah, S.IP, M.Si

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2019

ABSTRAK

Penelitian ini membahas upaya Malaysia dalam meningkatkan daya tarik wisatawan asing khususnya wisatawan muslim asal Timur Tengah. Malaysia merupakan salah satu negara pelopor wisata halal. Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan angka kedatangan wisatawan Timur Tengah terutama Uni Emirat Arab yang merupakan negara Islam yang kaya. Kondisi ini membuat Pemerintah Malaysia mengeluarkan berbagai kebijakan guna meningkatkan minat wisatawan Timur Tengah terutama Uni Emirat Arab agar datang ke Malaysia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya Malaysia dalam meningkatkan daya tarik wisatawan Timur Tengah terutama Uni Emirat Arab. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep Diplomasi kebudayaan dari Gienow-Hecht dan metode penelitian kualitatif. Konsep Diplomasi kebudayaan oleh Gienow-Hecht memiliki 4 komponen utama yaitu : *agent*, *agenda*, *vehicle*, dan *target audience*. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa *agent* dalam Diplomasi kebudayaan Malaysia adalah pemerintah serta organisasi non-pemerintahan baik itu organisasi profit ataupun non-profit. *Agenda* dalam Diplomasi kebudayaan Malaysia melingkupi kegiatan pengungkapan nilai-nilai, budaya, serta mempromosikan dialog antar budaya. *Vehicle* atau sarana yang digunakan Malaysia dalam Diplomasi kebudayaannya adalah berbagai media informasi cetak dan elektronik. Kemudian *target audience* dimana calon wisatawan Timur Tengah terutama dari Uni Emirat Arab merupakan sasaran utama Malaysia dalam melakukan Diplomasi kebudayaan.

Kata Kunci : Malaysia, Uni Emirat Arab, Wisatawan, Diplomasi, Halal.



ABSTRACT

This research explains Malaysia' effort to improve its tour and travel enticement towards tourist especially Middle Eastern Tourist. Malaysia is one of the first country and pioneer that establish halal tourism. However those fact are inversely with the actual number of Middle Eastern tourist especially United Arab Emirates which is one of the richest Muslim Country. This Condition made the Malaysian Government issue various policies to increase the interest of Middle Eastern Tourist, especially the United Arab Emirates, to come to Malaysia. This Study Aims to describe Malaysia's effort to increase the attractiveness of Middle Eastern Tourist, especially the United Arab Emirates. In this study researcher used the concept of Cultural Diplomacy from Gienow-Hecht and qualitative research methods. Concept of Cultural Diplomacy by Gienow-Hecht has 4 primary component, which is : agent, agenda, vehicle, and target audience. In this study, researcher found that the agent of Malaysian Cultural Diplomacy was the government and non-governmental organization, both profit and non-profit organizations. The agenda in Malaysian Cultural Diplomacy encompasses activities to express values, culture, and promote inter-cultural dialogue. The vehicle used by Malaysia in its Cultural Diplomacy is a various of printed and electronic media of information. Then the target audience where prospective Middle Eastern Tourist, especially from the United Arab Emirates as Malaysia's main target in carrying out Cultural Diplomacy

Keywords : *Malaysia, United Arab Emirates, Tourist, Diplomacy, Halal*

