

ABSTRAK

PERBANDINGAN PARIWISATA HALAL MALAYSIA DAN INDONESIA TAHUN 2009-2022 DALAM KACAMATA DIPLOMASI PUBLIK

Oleh

ABDURROHMAN ROHIM

Berdasarkan data dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, pariwisata halal global tumbuh 27% per tahun. Malaysia dan Indonesia merupakan negara yang memanfaatkan potensi pariwisata halal, terbukti dengan terindeks positif, yaitu menduduki peringkat 1 dan 2 dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) pada tahun 2022. Melihat potensi pariwisata halal Indonesia yang unggul dalam model *ACES* penilaian GMTI, Indonesia menduduki peringkat 1 kategori layanan (*services*) pada GMTI tahun 2021. Namun, peringkat dan jumlah wisatawan muslim Malaysia masih lebih unggul dibandingkan Indonesia. Adapun tujuan penelitian ini yaitu, mendeskripsikan dan menganalisis perbandingan pariwisata halal Malaysia dan Indonesia tahun 2009-2022 dalam kacamata diplomasi publik.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data sekunder melalui studi pustaka yang bersumber dari laman resmi pemerintah Malaysia dan Indonesia, yaitu Ministry of Tourism, Arts and Culture Malaysia, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, Islamic Tourism Center serta laman resmi yang dirilis oleh CrescentRating. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah diplomasi publik dari Joseph Nye, yang memiliki tiga dimensi: Komunikasi Sehari-hari, Komunikasi Strategis dan Pembangunan relasi yang harmonis, untuk melihat bagaimana implementasi pariwisata halal Malaysia dan Indonesia dalam kacamata diplomasi publik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam Komunikasi Sehari-hari, pemerintah Malaysia dan Indonesia melibatkan banyak aktor, seperti travel agen, *stakeholder*, kepala daerah dalam mempromosikan pariwisata halalnya. Dalam Komunikasi Strategis, pemerintah Malaysia belum memiliki *branding* secara khusus untuk pariwisata halal, sedangkan Indonesia belum memiliki logo/sertifikasi khusus tentang pariwisata halal. Dalam Pembangunan Relasi yang Harmonis, pemerintah Malaysia lebih intensif dalam mengadakan *event* seminar dan konferensi pariwisata halal internasional.

Kata kunci: Diplomasi Publik, Pariwisata Halal, Malaysia, Indonesia

ABSTRACT

COMPARISON OF MALAYSIA AND INDONESIA HALAL TOURISM FROM 2009-2022 IN THE LENS OF PUBLIC DIPLOMACY

By

ABDURROHMAN ROHIM

Based on data from the National Committee for Sharia Economy and Finance, global halal tourism is growing 27% yearly. Malaysia and Indonesia utilize halal tourism potential, as proven by their positive index, ranking 1st and 2nd in the Global Muslim Travel Index (GMTI) in 2022. Seeing Indonesia's halal tourism potential as superior in the ACES model for GMTI assessment, Indonesia was ranked 1st the services category on GMTI in 2021. However, the ranking and number of Malaysian Muslim tourists are still superior to Indonesia. This research aims to describe and analyze the comparison of halal tourism in Malaysia and Indonesia from 2009 to 2022 in the lens of public diplomacy. This research is qualitative research that uses secondary data collection techniques through a literature studies sourced from the official websites of the Malaysian and Indonesian governments, namely the Ministry of Tourism, Arts and Culture Malaysia, the Indonesian Ministry of Tourism and Creative Economy, the Islamic Tourism Center as well as the official website released by CrescentRatings. The theory used in this research is public diplomacy from Joseph Nye, which has three dimensions: Daily Communications, Strategic Communication, Development of Lasting Relationships, to see how the implementation of halal tourism in Malaysia and Indonesia in the lens of public diplomacy. The research results show that, in daily communications, the governments of Malaysia and Indonesia involved many actors, such as travel agents, stakeholders, regional heads in promoting halal tourism. In strategic communication, the Malaysian government does not yet have a special branding for halal tourism, while Indonesia does not yet have a special logo/certification on halal tourism. In development of lasting relationships, the Malaysian government is more intensive in holding international halal tourism seminars and conferences.

Keywords: Public Diplomacy, Halal Tourism, Malaysia, Indonesia