

**STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DALAM PENGEMBANGAN  
*HALAL TOURISM***



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada  
Departemen Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin*

OLEH:

**ANDI DEA AMANDA NASTITY**

**E 131 16314**

**DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2020**

**HALAMAN JUDUL**  
**STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DALAM PENGEMBANGAN**  
***HALAL TOURISM***

**OLEH:**

**ANDI DEA AMANDA NASTITY**

**E13116314**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Tugas Akhir dalam Rangka Penyelesaian Studi Sarjana  
Pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**MAKASSAR**  
**2020**

# HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DALAM  
PENGEMBANGAN *HALAL TOURISM*

NAMA : ANDI DEA AMANDA NASTITY

NIM : E13116314

DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Makassar, 10 Desember 2020



Mengetahui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Ishaq Rahman, S.IP, M.Si**  
NIP. 197210282005011002

**Nurjannah Abdullah, S.IP, MA**  
NIP. 198901032019032010

Mengesahkan :

Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional,



**H. Darwis, MA., Ph.D.**  
NIP. 196201021990021003

## HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DALAM  
PENGEMBANGAN *HALAL TOURISM*

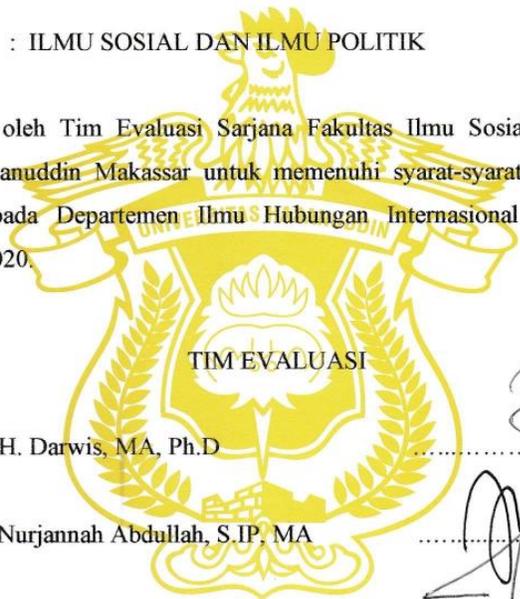
N A M A : ANDI DEA AMANDA NASTITY

N I M : E13116314

DEPARTEMEN : ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional pada hari Senin, 30 November 2020.



Ketua : H. Darwis, MA, Ph.D

Sekretaris : Nurjannah Abdullah, S.IP, MA

Anggota : 1. Seniwati, S.Sos, M.Hum, Ph.D

2. Ishaq Rahman, S.IP, M.Si

3. Burhanuddin, S.IP, M.Si

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andi Dea Amanda Nastity  
Nomor Induk : E13116314  
Judul Skripsi : Strategi Diplomasi Publik Jepang Dalam Pengembangan  
*Halal Tourism*

Bahwa benar adalah Karya Ilmiah Saya dan bebas dari plagiarisme (duplikasi).  
Demikianlah Surat Pernyataan ini dibuat, jika dikemudian hari ditemukan bukti  
ketidakaslian atas Karya Ilmiah ini maka Saya bersedia mempertanggungjawabkan  
sesuai Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.

Makassar, Januari 2021



Andi Dea Amanda Nastity

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT serta shalawat kepada baginda Muhammad SAW karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Strategi Diplomasi Publik Jepang dalam Pengembangan *Halal Tourism*”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penulis berharap skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pembacanya. Penulis juga menyadari bahwa selama masa perkuliahan hingga rampungnya skripsi ini, penulis mendapat banyak dukungan, doa dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kepada Bapak dan Mama tercinta, **Andi Nasrin Thamrin** dan **Ety Wetenriwaru** yang telah merawat, mendidik, dan menyayangi penulis sedari kecil hingga penulis dapat menjadi pribadi yang mandiri saat ini. Untuk Bapak, terima kasih telah menjadi orang yang telah mendukung penulis di bidang pendidikan dan mengenalkan jurusan Hubungan Internasional kepada penulis. Terima kasih juga telah mendidik penulis agar menjadi pribadi yang berani, mandiri, dan humoris. Untuk Mama, wanita tersabar, tertangguh, tercerdas yang penulis kenal. Terima kasih atas kasih sayangnya selama ini, terima kasih selalu sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis khususnya dalam masa penyelesaian skripsi, terima kasih atas doa tiada henti yang menjadi sumber atas tiap pencapaian dan prestasi yang penulis dapatkan. Kalian berdua adalah motivasi terbesarku dalam menyelesaikan skripsi ini dan menyiapkan kehidupan di masa depan, untuk membahagiakan Mama dan Bapak. *No amount of words will be enough to sums up how much I'm grateful to you, each and every day.*
2. Untuk kedua saudaraku. Kakak satu-satunya, **Andi Kevin Ahmad Fabian**, terima kasih atas ketegasannya selama ini menjadi kakak yang agak galak

dan setia mencari penulis setiap sore kalau penulis pulang terlambat sehabis main di rumah teman. Terima kasih telah menghadirkan dua orang keponakan yang sangat lucu dan penulis cintai dan rindukan setiap harinya, **Kila dan Kaiden**. Alhamdulillah semenjak menikah dan punya anak kadar kegalakannya sudah sedikit berkurang, terima kasih (kila dan kaiden). Terima kasih juga untuk adik satu-satunya, **Andi Muhammad Reyhan** yang selalu menjadi partner *tom and jerry* penulis sejak kecil, partner main *game*, rival bersaing dalam hal sekecil apapun. Terima kasih atas jasanya membantu penulis memperbaiki laptop di masa-masa terpenting dalam penyelesaian skripsi dan mengantar penulis kesana kemari menyelesaikan skripsi ini. *Thanks bros*. Sepertinya karena kalian berdua lah, sifat (agak) tomboyku hadir.

3. Rektor Universitas Hasanuddin, **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, MA.**, beserta jajarannya.
4. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, **Prof. Armin Arsyad.**, Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, **Dr. Phil. Sukri, PhD.**, Wakil Dekan Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Sumber Daya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, **Dr. Andi Samsu Alam, M. Si.**, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, **Dr. Hasrullah, M, Si.** beserta staf akademik dan tata usaha FISIP Unhas.
5. Ketua Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, **Bapak H. Darwis, MA., Ph.D.**, dan Sekretaris Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, **Bapak Aswin Baharuddin, S.IP.**
6. Dosen Pembimbing skripsi, Bapak **Ishaq Rahman, S. IP, M. Si** dan Ibu **Nurjannah Abdullah, S.IP**, terima kasih atas waktu, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh dosen Ilmu Hubungan Internasional, Bapak **Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si.**, yang juga merupakan Dosen Pembimbing Akademik penulis, Bapak **Drs. Patrice Lumumba, MA.** Ibu **Seniwati, Ph.D.**, Ibu **Pusparida Syahdan, S.Sos, M.Si**, Bapak **Drs. Aspiannor Masrie, M.Si.**, Bapak **Dr. H. Adi Suryadi B, MA.**, Bapak **Muhammad Nasir Badu, Ph.D.**, Bapak **Drs. H. Husain Abdullah, M.Si.**, Bapak **Burhanuddin, S.IP., M.Si.**, Bapak **Agussalim, S.IP., MIRAP.**, Kak **Muh. Ashry Sallatu, S.IP, M.Si**, Kak **Bama Andika Putra, S.IP., MIR.**, dan Kak **Abdul Razaq Cangara, S. IP., M.Si** terima kasih atas ilmu yang telah diberikan.
8. Untuk **Kak Rahma, Ibu Tia**, dan **Bu Fatma**, terima kasih atas kesabaran dan bantuannya dalam menyelesaikan urusan administrasi penulis baik dalam masa perkuliahan maupun penyelesaian skripsi ini.
9. Untuk **Pak Nadir**, terima kasih banyak atas bantuannya selama masa pengurusan berkas ujian, pin, dan persiapan wisuda. Terima kasih atas segala informasinya dan ketanggapannya atas setiap pertanyaan penulis terkait persiapan ujian dan wisuda. Untuk **Hugh Jackman, Guruh Soekarno Putra, Shahrukh Khan, Kakak Ani**, terima kasih atas bantuannya dalam beberapa berkas skripsi, juga terima kasih atas hiburan dan memberikan warna dalam proses persiapan ujian dan wisuda penulis.
10. Untuk ketiga kumpulan manusia dengan karakteristik yang tidak jauh dari kata *malrug*, **Avanza Merah, Adit BM, Sulastri, Christa Utami**, terima kasih 34+35 kali ini atas bantuannya menambah timbangan dosa penulis di akhirat kelak. Terima kasih telah membantu penulis menjadi lebih teliti dalam penghitungan uang dan kembalian karena kemalrugin kalian yang luar biasa. Terima kasih atas *jokes-jokes inappropriatenya* yang membuatku kadang takut kita berempat tiba-tiba tersambar petir. Terima kasih atas *inside jokesnya*, “merendah untuk mengangkat”, “kutunjukkan ko jalan yang benar ke rumahku”, “naik grab ke hawaii”, dan masih banyak lagi. *On a more serious note, tho*, terima kasih telah ada dan menjadi pelarian penulis dikala penulis membutuhkan hiburan atau *tea-tea* terpanas terkait

dunia perkuliahan. Nda tauka juga kenapa sejak 2016 sampai sekarang masih awet ini *circle* dosa kasian. Terima kasih atas setiap kenangan ketololan dan kegalauan, *ups and downs* kehidupan kampus, dan perkumpulan di rumahku. Besar harapanku *circle* dosa ini bisa perlahan berevolusi menjadi *circle* dengan pembahasan yang positif dan bermanfaat. *Being a part of this group surely does add lots of color to my uni life.* Semoga cita-cita sukses dan pergi liburan dapat terwujud suatu hari di masa depan di saat **Adit** sudah menemukan perempuan yang shalehah. Amen.

11. Untuk gadis-gadis manis manjaku, **Empang**, terima kasih telah menjadi teman penulis, khususnya di masa maba, pengaderan himpunan, hingga kepengurusan di himpunan. Terima kasih telah menjadi tempat *sharing* pengalaman dan kenangan masa-masa maba yang akan selalu penulis kenang mulai dari INTRO, LOI, dan yang menjadi favorit penulis, *HIERS CAMP* dan *GOLDEN MOMENT*. Untuk **Ifah**, terima kasih atas bantuannya pada penulis baik dalam dunia perkuliahan khususnya selama menjadi sekretaris LOI, hingga penyelesaian skripsi. Untuk **Ika**, terima kasih selalu menjadi partner penulis di kelas genap dalam menghadapi dosen *legend* di genap, serta partner makan penulis di Arumndalu. Untuk **Ikrana**, salah satu teman pertama penulis di kampus, terima kasih atas segala bantuannya. Untuk **Silvi**, teman gosip sekaligus sobat permaganganku, terima kasih sudah setia menerima penulis di kosan saat penulis butuh tempat mengungsi saat masa kepengurusan himpunan. Untuk **Ilmi**, wanita sabar dan super tangguh, terima kasih atas kesabarannya dan energi positif yang selalu dipancarkan untuk orang-orang sekitar. Terima kasih juga atas bantuan antar jemputnya selama masa *hectic* menjadi DPO. Untuk **Ainil**, hmm, next..
12. Untuk **GENEVA 2016**, terima kasih atas segala kenangan dalam masa perkuliahan penulis. Khususnya kenangan ngumpul di rumah Maya atau Ikrana nginap-nginap, masak-masak, dan main *games*. Terkhusus untuk **Kelas Genap**, terima kasih atas kekompakan dan ketangguhannya dalam

menghadapi sang dosen *legend* yang berhasil membuat seisi kelas kompak belajar sebelum kelas beliau dimulai. Terima kasih atas kenangan dan hiburan serta canda tawanya di ruang kelas. Terima kasih **Askel**, bapak ketua angkatan yang sangat mengayomi khususnya di masa maba, terima kasih sudah sabar selalu mencarikan penulis tempat nebang di saat masa-masa maba dan terima kasih atas inisiatifnya dalam setiap perkumpulan angkatan yang memberikan kenangan dan hiburan selama masa perkuliahan penulis, **Yuspus** sang induk kucing, terima kasih atas kenangan masa-masa mabanya mulai dari kabur pengumpulan, ngumpul dan nginap-nginap di kontrakan BDP, sampai karaoke ramai-ramai tiap pulang kampus. **Pak Aji** dan **Gun**, yang sabar mengantar penulis khususnya dalam masa-masa maba dan kepengurusan himpunan, juga **Septi, Titan, Riri, Rezi, Mule, Ramon, Tatu, Azslam, Esa, Maya, Icha, Figram, Erwin**, dan teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Semoga kita semua bisa berkumpul suatu hari nanti dengan kehidupan yang lebih baik dari hari ini.

13. Untuk **D'B3 VOICE FISIP UNHAS**, sekumpulan pelawak dengan bakat yang luar biasa. Terima kasih, kalian memberikan penulis rumah yang sangat hangat dan nyaman, juga *some of my favorite moments in college life*. Terima kasih telah membantu penulis menggali potensi dan kepercayaan diri penulis dalam melakukan *performance* di hadapan orang banyak. Untuk kakak-kakak yang sabar dalam melatih penulis di dunia paduan suara dan koreografi, **Kak Achie**, bapak pendiri yang sangat *humble*, bijaksana, dan super duper berbakat, **Kak Diah**, mamakku di sopran 2, terima kasih sudah sangat sabar membimbing penulis baik dalam hal paduan suara, maupun dalam masa kepengurusan organisasi, *I look up to you so much*, kak!, juga untuk kakak-kakak lain **Kak Asrin** yang receh tapi bijaksana, **Kak Icdan** titisan Tyra Banks, *models models models* yang hidupnya dikelilingi drama tapi tetap setia menghibur orang-orang, **Kak Felix Christian Jr. Toulouse Grande**, *my b, my fellow Arianator, the Blair to my Serena, the Toulouse to my Ariana* hahaha, *thanks, I guess* sudah

menjadi panutan tidak beres penulis di masa perkuliahan, terima kasih *inside-inside exclusive* dan gosip-gosip terpanas yang selalu sukses membuat rahangku sakit karena ketawa, semoga kehaluannya di masa depan tetap membuat orang lain tersenyum, terima kasih atas setiap undangan natalan di Republik Maros yang *naudzubillah* jauhnya tapi *worth it* karena makanannya enak-enak selalu huhuu, **Kak Mutia**, terima kasih antaran pulangny di waktu latihan malam, juga kakak-kakak lain **Kak Manda, Kak Nunu, Kak Patrick, Kak Tata, Kak Fajar, Kak Ayyub, Kak Chelsy, Kak Cumi, Kak Indahwels, Kak Fahril, Kak Ilo, Kak Wahyu**. Terima kasih juga teman-teman jilid 10, **Ainun, Jenica, Jane, Cici, Valen, Merlin, Eva, Eki** dan adik-adik yang penulis sayangi, **Dienul, Claudia, Nisa, Said, Ari, Nicki, Popy, Clara, Sherine, Gadis, Yobel**. Semoga *tagline "Sing for fun(d)!"* tetap terasa sampai jilid-jilid selanjutnya.

14. Untuk **HIMAHI FISIP UNHAS**, terima kasih telah menjadi rumah pertama penulis dalam masa perkuliahan, yang telah mengenalkan dan membantu penulis dengan segala tetek-bengek menjadi mahasiswa HI. Terima kasih atas kenangannya khususnya di masa pengaderan, mulai dari INTRO, LOI, HIERS CAMP, dan GOLDEN MOMENT yang berhasil menyatukan angkatan di masa maba. Penulis sungguh belajar banyak selama berada di HIMAHI, khususnya dalam hal *leadership, soft skill* keorganisasian, *problem solving*, berkomunikasi dalam kelompok, dan masih banyak lagi. Terima kasih karena selalu berhasil mendorong penulis untuk keluar dari zona nyaman. Untuk kakak-kakak, **Kak Wira, Kak Aul, Kak Ani, Kak Thorgib, Kak Iyam**, sang gadis manis manja, terima kasih atas setiap lawakannya, **Kak Aweks**, terima kasih atas antaran pulangny, **Kak April, Kak Rizka, Kak Fiqri, Kak Rara, Kak Ismi, Kak Ryan, Kak Henny, Kak Hari, Kak Wais, Kak Chaca, Kak Asrul, Kak Firdha**. Juga untuk adik-adik favorit penulis, **Iun, Isa, Tama, Nita, Tyas, Wardah, Dian, Cici, Novi, Fara, Ucil, Alief, Dion, Febri**, semangat skripsi!!

15. Untuk **DEWAN PENGAWAS ORGANISASI (DPO) HIMAHI 2017/2018** a.k.a **BAYGON ORIGINAL**. Terima kasih telah sabar menerima penulis sebagai anggota yang sangat *clueless* dengan hal-hal pengawasan. Maafkan selama periode pengawasan daku hanya berperan menyumbang lawakan dan gosip tidak jelas untuk menghidupkan suasana rapat dan pembuatan PU. Untuk kakak-kakak **Kak Tirza**, partner komisi III ku, terima kasih karena telah menjadi *backbone* dalam komisi kak, bersama penulis yang cuma paganna-ganna dan berguna menjadi tukang ketik di tiap pembuatan PU, **Kak Anna**, partner receh dan macallaku hahaha terima kasih sudah membuat penulis nyaman selama mengawas di DPO dengan candaan dan pembahasan-pembahasan *absurdnya*, semoga rahasiaku akan terus aman bersama kalian berdua wkwk. Untuk satu-satunya laki-laki yang rajin muncul selama periode pengawasan, **Kak Fadhil**, terima kasih atas bantuannya selama daku menjadi DPO, dan untuk anggota bayangan yang kadang muncul banyakan hilang, **Kak Afan**, terima kasih juga sudah melengkapi anggota DPO menjadi 7 orang. Juga untuk kedua partner seangkatanku di DPO, **Ilmi** dan **Uci**, terima kasih sudah setia menerima kami di rumah tante Diana tercinta dengan segenap fasilitas dan makanan yang sangat lengkap. Me wof u dan tante diana <3!
16. Untuk teman-teman **KKN UNHAS GEL. 102 DESA AJANG PULU**, terima kasih sudah menjadi keluarga pengganti saat penulis jauh dari rumah selama sebulan di Ajang Pulu. Terima kasih **Nisa**, sobatku yang sangat baikk dan sabar, teman berbagi segalanya selama masa KKN penulis, termasuk pembahasan soal tetangga sebelah wkwk, terima kasih juga sudah sabar merawat diriku pas lagi tumbang di kampung orang, juga untuk teman-teman lain, **Eyodia** alias **Yode**, partnerku mengajar krucil-krucil manis dan imoet tiap sore di pos ronda, **Iis**, 1/3 dari kementerian perairan yang sangat rajin dan temanku berbagi tidur di karpet tiap malam, **Tari**, mama kita bersama yang penuh dengan omelan tapi selalu membuatkan makanan *homemade* ala kampung yang kadang kurindukan, **Adam** yang

sabar tapi juga rekeh, **Dika**, pak kordes yang selalu kena semprotan cewe-cewe rempong, dan **Wawan**, yang paling rajin bergaul dengan akamsi.

17. Seluruh Pejabat dan Staf **PUSDIKLAT KEMENTERIAN LUAR NEGERI RI.**, khususnya **Pak Agus, Pak Indra, Pak Yusuf, Pak Sidan, Mba Anty, Mba Emmy**, dan **Mba Raisa**. Terima kasih atas segala bimbingan dan kebaikannya selama penulis melaksanakan masa magang di Jakarta. Untuk **Frans** dan **Devia**, kedua partnerku di Bidang Diklat Non Diplomatik, terima kasih sudah membimbing dan menjadi teman penulis selama magang, termasuk waktu ngopi di pagi hari di Carakopi. *Miss u guys, lots!* Sayang kita ga sempat foto bareng huhu☹
18. Untuk cewe-cewe rempongku selama masa magang di Jakarta, **Chantika**, *roommate* ku selama dua bulan, teman berantem-baikanku, teman gosip, teman makan di kantin, *u name it*, terima kasih telah memberikan alternatif akomodasi yang sangat cucok dan kurindukan, Pakubuwono bersatu, yang selalu bikin emosi teknisi apartemen karena kamarnya suka mati lampu tiap pake air panas, yang kalo taro kunci apartemen ndada takut-takutnya dicuri hahahaha. Maafkan diriku yang menciptakan drama selama magang huhu. Juga untuk **Jemima, Nyunyu, Sulas**, trio kwek kwek *Green Pramuka* bersatu yang apartemennya subhanallah jauhnya, terima kasih atas kenangan nginap-nginap dan masak-masak di apartment kalian wkwk, juga untuk **Mbabil, Titan, Adit**, kangen ngumpul rame-rame pulang kantor di GI dan menggosip dalam bahasa makassar aaaaa!!
19. Untuk temanku sedari kecil yang udah kuanggap kaya saudariku sendiri, **HTC**, terima kasih telah menjadi teman sepermainan penulis di masa kecil dan memberikan kenangan masa kecil yang sangat *fun!* Mulai dari main drama-drama, masak-masak, persiapan 17 agustus, momen-momen shalat tarawih dan mengaji bareng, sampai yang *absurd* kaya berburu mangga dan tebu di kebun kosong. Untuk cewe-cewekkku, **Endang, Anggi, Danti, Anjeli, Nadia, Arin, Gania**, terima kasih sudah menjadi *sisters* untuk diriku yang cuma punya saudara laki-laki. *Let's catch up, soon!*

20. Untuk perempuan dengan nama terpanjang di GENEVA 2016, **Sulastri**, my 911, teman menggosip, teman kosong, teman jalan, teman nelponan berjam-jam, teman macalla, partner *celibetaire* ku, semuami kau deh Alya Habil. Terima kasih telah menjadi partner 24/7ku dari masa maba, yang *literally* maba skali masih di baruga sampai sekarang persiapan wisuda, padahal sempat ada *distance* semenjak diriku sibuk berorganisasi, tapi *somehow* ndatau kenapa bisa ki lagi baku dapat sampai sekarang wkwk capema sebenarnya Alya. Tidak usahmi kujelaskan jasa-jasamu di kehidupan perkuliahanku toh hahaha ko tauji sendiri. Meskipun kadang-kadang suka dan sering sulo dan pattol tapi hohoho maaf bung, ilmu pattolmu masih tidak mempan di saya. Terima kasih atas segala *inside jokes* dan candaannya yang agak-agak dipenuhi dengan hinaan. Semoga kedepannya dek Sulas bisa menemukan jati diri sejati dan tentunya cinta sejati agar cita-cita menikah muda mu bisa terwujud wkwk.
21. Untuk teman SMP sekaligus salah satu teman pertamaku di baruga, **Ainil Azra Mujahidah**, partner 07ku, partner nebengku khususnya di mazda putih, partner menggosip soal senior-senior di masa maba, orang yang paling tahu soal *the tragic life of my love life* di kampus, tempat curhatku yang sangat bijaksana dengan saran-saran yang sangat berguna, bucin yang sekarang menjadi ex-bucin, terima kasih 33x kuucapkan kepadamu hahaha. Terima kasih sudah berjasa menjadi mata saat diriku jalan di kampus khususnya di tamsos untuk menyensor seseorang. Hmm *lowkey* kangenka iya sore-sore ta di atas 07 yang mulai gelap sambil menceritakan a-z hari itu. Semoga jasa-jasamu dibalas oleh Tuhan YME. Amen gurl.
22. Untuk **Fildza Nabila Anandhini**, teman pertamaku di kampus, partner mengurus di D'B3, tempat curhat di Blok M Plaza di masa magang, sekaligus merangkap pembimbing 3 skripsiku, terima kasih sudah mau direpotkan dengan segala kepanikanku di masa skripsi. Mulai dari pemilihan judul sampai ujian, aku padamu butiran debu. *Thank u*, mbaa!

23. Untuk **Aria Mahmuda**, salah satu teman terbaikku selama kuliah, orang yang paling tahu tentang segala *overthinking* dan *anxiety* ku, khususnya di jam-jam rawan tengah malam, tempatku berkeluh kesah masalah kehidupan yang kadang sulit untuk kuceritakan di orang lain, teman yang setia mendengarkan segala curhatanku, menanggapi segala lawakanku, mengantarku kesana kemari, teman makan, teman nongkrong, dan masih banyak lagi. Terima kasih banyak, **Aria!** Semoga semua kebaikanmu dibalas oleh Tuhan. Semua yang terbaik untuk kehidupanmu saat ini.
24. Untuk **Christa Utami a.k.a Tami Gobas**, sang pemilik saham Avanza Merah, partner genapku, partner skripsiku di dua dospem yang sama, dan teman tolo-toloku di dunia perkampusan. TERIMA KASIH atas jasa dan bensinnya yang selama ini dikeluarkan untuk mengantar-jemput penulis, sungguh jasmu sangat berguna wahai Tami. Terima kasih juga sudah sabar menghadapi tabiat penulis yang kadang-kadang agak.. *you know* lah dan tentunya terima kasih sudah setia mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi di tengah masa pandemi yang meningkatkan kemageran mayoritas mahasiswa tingkat akhir. Semoga cita-citamu bekerja di OJK atau *start-up* dan menikah dengan Cha Eun Woo bisa terwujud. Amiin. Ehem, btw, elite crème apa kabar nich? H3h3h3.
25. Untuk jelmaan Krisdayanti yang terperangkap dalam tubuh lelaki layu, **Aditiya Muslim Benny Mansyur a.k.a Adit Omoh**, partner genapku, partner karaoke, partner gibah x julid, partner jalkos gelael/hero, sobat ahli nerakaqu, dan *my fellow Sagittarian*/UKT 2/SBMPTN bersatu. Terima kasih pada diriku yang sudah sabar dan setia menjadi temanmu sejak maba sampai sekarang, menghadapi tabiatmu yang koro-koroang, suka nada tinggi, dan tidak mau dikalah. Entah kenapa akhir-akhir ini sifat diva anda semakin menjadi-jadi ya Bu. *But anyhow*, terima kasih sudah berbagi banyak kenangan *absurd* dan tidak jelas selama masa perkuliahan termasuk persaingan dalam memperebutkan banyak hal ckckck. Semoga suatu hari bisako menaklukkan Garena dan ibukota Jakarta. *Bye*.

26. *Last but not least, a little self appreciation note to the one who succesfully managed to endure 4+ years of uni life with all the dramas that comes with it, Me, you've done a great job.* Untuk diriku sendiri, terima kasih sudah bertahan melewati banyaknya rintangan mulai dari awal masuk kuliah, menjadi maba, mengikuti pengaderan, menjadi pengurus di dua organisasi yang berbeda, mengikuti latihan-latihan malam untuk lomba/*performance* paduan suara, masa perkuliahan, KKN, magang, proposal, pengerjaan skripsi, ujian meja, hingga saat ini, mempersiapkan wisuda dan memulai karir. *It's definitely not easy, but I couldn't be more proud of you. To my 22 year-old self writing this, I'm grateful, for all the memories and lessons I've learned in this 4+years. Let's expect better things for the future. Thank u, next.*

Kepada semua pihak-pihak yang tidak bisa saya sebut satu persatu, juga terima kasih banyak. Semoga kebaikan selalu menyertai teman-teman. Penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Sehingga dalam skripsi ini, sumbangsih pikiran dalam bentuk kritik dan saran tentukan sangat diapresiasi dengan baik oleh penulis.

Makassar, Januari 2021

Andi Dea Amanda Nastity

## ABSTRAKSI

**Andi Dea Amanda Nastity, (E13116314), “Strategi Diplomasi Publik Jepang dalam Pengembangan Halal Tourism”**, dibawah bimbingan **Ishaq Rahman, S.IP, M.Si** selaku pembimbing I, dan **Nurjannah Abdullah, S.IP, MA** selaku pembimbing II, pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi Jepang dalam mengembangkan *halal tourism* di negaranya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Muslim mancanegara ke Jepang, serta untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi pengembangan *halal tourism* di Jepang. Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah deskriptif, dengan teknik pengumpulan data yang berupa telaah pustaka yang bersumber dari berbagai literatur seperti buku-buku, jurnal, artikel, situs internet resmi, serta laporan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat strategi yang dilakukan oleh Jepang dalam mengembangkan *halal tourism* di negaranya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Muslim mancanegara. Strategi-strategi yang dilakukan diantaranya yaitu, mengembangkan fasilitas *muslim friendly*, sertifikasi halal, memperbanyak publikasi dan pelayanan *halal tourism*, dan kerjasama dalam bidang *halal industry* dengan Pemerintah Malaysia dan organisasi *Muslim World League*. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengembangan *halal tourism* di Jepang dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang terdiri atas faktor internal dan eksternal.

*Kata Kunci: Muslim Jepang, Halal Tourism, Pariwisata, Strategi, Diplomasi Publik*

## ABSTRACT

**Andi Dea Amanda Nastity, (E13116314), "Japanese Public Diplomacy Strategy in the Development of Halal Tourism"**, under the guidance of **Ishaq Rahman, S.IP, M.Si** as Advisor I, and **Nurjannah Abdullah, S.IP, MA** as Advisor II, at Department of International Relations, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University.

This study aims to see Japan's strategy in developing halal tourism in its country to increase the number of foreign Muslim tourist visits to Japan, as well as to analyze the factors that influence the development of halal tourism in Japan. The research method used in the preparation of this thesis is descriptive, with data collection techniques in the form of literature review that comes from various literatures such as books, journals, articles, official internet sites, and reports related to this research.

The results of this study indicate that, there is a strategy taken by Japan in developing halal tourism in its country to increase the number of visits by foreign Muslim tourists. The strategies carried out include developing Muslim friendly facilities, halal certification, increasing halal tourism publications and services, and cooperation in the halal industry with the Malaysian Government and the Muslim World League organization. In addition, this study also shows that the development of halal tourism in Japan is influenced by a number of factors consisting of internal and external factors.

*Keywords: Japan Muslim, Halal Tourism, Tourism, Strategy, Public Diplomacy*

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM EVALUASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKSI.....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
DAFTAR ISI .....	xix
DAFTAR BAGAN .....	xxi
DAFTAR GAMBAR .....	xxii
DAFTAR GRAFIK.....	xxiii
DAFTAR TABEL .....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan.....	8
D. Kerangka Konseptual .....	9
E. Metode Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	20
A. Konsep Diplomasi Publik.....	20
B. Konsep Analisis Kebijakan.....	27
C. Konsep Halal Tourism.....	39
D. Literature Review.....	51
BAB III GAMBARAN UMUM.....	54
A. Perkembangan <i>Halal Tourism</i> di Jepang.....	54
B. Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Jepang.....	69

C. Aktor Dalam Implementasi Pariwisata Jepang .....	76
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	83
A. Strategi Pemerintah Jepang dalam mengembangkan <i>halal tourism</i> di negaranya.....	83
B. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan <i>halal tourism</i> di Jepang	108
BAB V PENUTUP .....	121
A. Kesimpulan .....	121
B. Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA .....	124

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	17
Bagan 3.1 Bagan Organisasi Badan Pariwisata Jepang .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diplomasi Tradisional vs Diplomasi Publik .....	25
Gambar 3.1 Fasilitas ramah muslim di kamar hotel Jepang .....	60
Gambar 3.2 Ruang ibadah di hotel Jepang.....	60
Gambar 3.3 Fasilitas <i>ryokan</i> ramah muslim.....	61
Gambar 3.4 Restoran bersertifikat halal di Jepang .....	62
Gambar 3.5 Badan Sertifikasi Utama di Jepang.....	64
Gambar 3.6 Contoh sertifikat halal di restoran Jepang.....	65
Gambar 4.1 Karaoke Ramah Muslim Jepang.....	90
Gambar 4.2 Penandatanganan MoC Jepang – Malaysia.....	102
Gambar 4.3 Kebutuhan Wisatawan Muslim .....	118

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 3.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Jepang Umum Tahun 2015 – 2019 ... 71

Grafik 3.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Muslim Mancanegara ke Jepang ..... 73

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Fasilitas Ibadah Muslim di Jepang .....	92
---	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memainkan peranan penting dalam ekonomi dunia. Hal ini karena pariwisata dianggap sebagai salah satu kontributor pertumbuhan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi di negara manapun. Oleh karena itu, pariwisata dapat pula dipandang sebagai salah satu sumber paling penting bagi Produk Domestik Boruto (PDB). Selain dari sisi ekonomi, sektor pariwisata juga berperan besar dalam menciptakan citra yang positif terhadap suatu negara.

Negara-negara di seluruh dunia tentu saja ingin citra yang melekat dengan negaranya menggambarkan *image* yang positif. Hal ini karena dengan citra yang baik, suatu negara akan lebih mudah mendapatkan kepentingan nasionalnya. Pariwisata tidak hanya penting bagi ekonomi dunia tetapi juga untuk mengembangkan kepercayaan di antara orang-orang lintas batas negara.

Salah satu negara di Asia yang terkenal sebagai negara destinasi wisata adalah Jepang. Berdasarkan sebuah berita oleh *World Travel & Tourism Council*, Pada tahun 2018, Jepang berhasil mempertahankan posisinya sebagai negara dengan industri perjalanan & pariwisata terbesar ketiga di dunia yang mencerminkan pengejaran Jepang terhadap strategi pertumbuhan pariwisata yang ambisius.

Rencana untuk menggandakan wisatawan mancanegaranya menjadi 40 juta pada tahun 2020 dan menjadi 60 juta pengunjung pada tahun 2030 menunjukkan pemahaman besar Jepang tentang peran industri pariwisata sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Pada tahun 2020, Jepang akan menjadi tuan rumah Olimpiade dan Paralimpiade Tokyo, hal ini tentunya akan membawa perhatian dunia terhadap masyarakat Jepang dan budayanya.

Wisatawan yang berkunjung ke Jepang berasal dari latar belakang etnis, ras, asal negara, maupun agama yang berbeda-beda. Jumlah kedatangan wisatawan di Jepang pada tahun 2016 melampaui 24 juta, jauh di atas target 20 juta yang ditetapkan oleh pemerintah nasional untuk tahun 2020. Dan wisatawan dari negara-negara Muslim merupakan salah satu penyumbang dari banyaknya kedatangan wisatawan ke Jepang.

Menurut *Japan National Tourism Organization* (JNTO), hampir 271.000 orang Indonesia melakukan perjalanan ke Jepang pada tahun 2016, naik dari hanya 63.000 pada tahun 2009. Demikian pula, lebih dari 394.000 orang Malaysia berkunjung ke Jepang pada 2016, naik dari 89.000 pada 2009 (JNTO, 2020). Untuk mengakomodasi kebutuhan para wisatawan Muslim dengan lebih baik, pemerintah dan bisnis lokal Jepang telah berupaya mengembangkan industri halal di negaranya. Industri halal, yang berkembang pesat di seluruh dunia, menawarkan peluang yang sangat menjanjikan ke negara-negara.

Industri halal telah menjadi salah satu segmen bisnis yang penting karena populasi muslim yang meningkat, digitalisasi yang cepat, permintaan yang tinggi akan produk halal dan ekonomi global yang terintegrasi. Baik produsen muslim

dan non-Muslim kini memanfaatkan potensi besar dalam industri halal global. Industri halal terdiri dari berbagai segmen termasuk makanan halal, wisata halal, industri pakaian muslim, pariwisata ramah muslim dan kosmetik / farmasi halal.

Salah satu segmen terpenting dari industri halal adalah pariwisata halal atau *halal tourism*. *Halal tourism* adalah konsep yang relatif baru dalam industri pariwisata, yang berarti menawarkan paket wisata dan tujuan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan Muslim. *Halal Tourism* adalah segmen pasar yang berkembang pesat tidak hanya di negara-negara Muslim tetapi secara global. Pada tahun 2018 diperkirakan terdapat 140 juta turis Muslim internasional. Jumlah ini diproyeksikan akan mencapai 230 juta pada tahun 2026.

Sementara itu, pengeluaran oleh wisatawan Muslim diperkirakan akan mencapai USD \$180 miliar pada tahun 2026. (Mastercard-CrescentRating, 2019). Mengingat potensi sektor ini, penting bagi industri perhotelan untuk beradaptasi dengan perubahan persyaratan halal untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti ketersediaan fasilitas sholat, kamar mandi yang ramah-Muslim, dan penawaran terkait Ramadhan. Oleh karena itu, Hotel-hotel dan travel di seluruh dunia kini semakin berusaha memenuhi kebutuhan religius dan kebutuhan makanan wisatawan muslim di seluruh dunia.

Segmen yang tergolong sangat penting dalam bidang pariwisata khususnya *halal tourism* adalah industri makanan halal. Pasar makanan halal muncul sebagai salah satu arena pasar yang paling menguntungkan dan berpengaruh dalam bisnis pangan dunia saat ini. Nilai konsumsi global makanan halal meningkat dengan tingkat pertumbuhan rata-rata 8,14% (Heraldkeeper, 2019).

Konsumen Muslim global menghabiskan US \$1,37 triliun untuk makanan dan minuman pada 2018, meningkat 5,1% dari 2017. Pada tahun 2024, angka ini diperkirakan akan mencapai US \$2,0 triliun.

Jepang sendiri sadar akan pentingnya mengembangkan industri pariwisata halal di negaranya. Beberapa upaya telah dilakukan oleh Pemerintah Jepang demi membuat Jepang menjadi negara destinasi wisata yang ramah muslim. Pemerintah kota Aichi di Jepang tengah menerbitkan Buku Panduan Keramahtamahan Muslim berbahasa Jepang untuk meningkatkan kesadaran bisnis Jepang tentang cara berinteraksi dengan pelanggan Muslim mereka. Buku pegangan ini berisi ilustrasi kartun dan berupaya menjelaskan kepercayaan dasar Muslim, kesulitan umum yang dihadapi umat Muslim saat mengunjungi Jepang, dan kebutuhan umat Islam dalam hal doa dan makanan (Penn, 2015).

Pemerintah daerah lain di Jepang juga telah mencoba untuk mendorong bisnis lokal untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim dengan menawarkan subsidi bagi bisnis-bisnis tersebut untuk membantu mereka mengembangkan produk halal dan mendapatkan sertifikasi halal (Ishida, 2016). Pada 2015, pemerintah daerah Tokushima di Jepang Barat mengadakan pertemuan mengenai standar halal bagi perusahaan untuk mendorong mereka untuk mendapatkan sertifikasi halal. Pemerintah daerah Tokushima telah menawarkan subsidi hingga 1 juta yen (US\$ 8.515) untuk bisnis yang berupaya mendapatkan sertifikasi halal (Nikkei, 2015).

Peningkatan industri halal khususnya di bidang pariwisata juga merupakan salah satu persiapan bagi pemerintah Jepang dalam menyambut Olimpiade

Tokyo 2020 di mana Jepang menjadi tuan rumah. Bandara-bandara Jepang telah berupaya menjadi ramah Muslim dengan menawarkan gerai makanan halal di samping memiliki *prayer room* yang ditujukan untuk kenyamanan para wisatawan Muslim. Sejumlah hotel di Jepang telah mulai melayani kebutuhan wisatawan Muslim terutama yang berkaitan dengan makanan halal.

Hotel-hotel di Tokyo, seperti Park Hyatt dan Sakura Hotel, menawarkan pilihan makanan halal dan menghilangkan alkohol dari kamar-kamar Muslim untuk mengakomodasi para wisatawan Muslim. Park Hyatt Hotel telah memasang toilet yang dilengkapi dengan *sprayer / shower* genggam untuk wisatawan Muslim. Sakura Hotel, yang juga mempekerjakan staf Muslim, menyediakan penunjuk arah kiblat di kamar dan juga menawarkan tikar ibadah untuk para tamu berdasarkan permintaan (Japan Muslim Guide, n.d.).

Dalam upaya untuk membuat para wisatawan Muslim dapat menikmati masakan Jepang sambil tetap mengikuti aturan kepercayaan agama mereka, semakin banyak restoran yang mengubah hidangan mereka menjadi halal. Hanasakaji-san, sebuah restoran di Shibuya yang menyajikan masakan asli Jepang, memperkenalkan shabu-shabu halal yang menggunakan daging sapi, bukan daging babi yang umumnya disajikan. Hidangan lain seperti Ramen dan kari, yang merupakan item menu Jepang yang populer di kalangan wisatawan asing yang biasanya menggunakan ekstrak daging babi, juga diubah menjadi bersertifikasi halal (Takemura, 2015).

Peningkatan wisatawan muslim di Jepang menjadikan permintaan produk dan fasilitas halal meningkat di negara tersebut. Sehingga terbentuklah *Japan Halal*

*Association* (JHA) yang mengawasi dan memberikan sertifikasi halal dan mengampanyekan tentang penyediaan tempat untuk shalat (Japan Halal Association, 2012)

Produk-produk ramah muslim telah berkembang pesat di Jepang dalam beberapa tahun terakhir karena Jepang mengintensifkan upayanya untuk menarik wisatawan Muslim dari Asia Tenggara dalam upaya untuk mendiversifikasi negara asal wisatawan pendatang setelah sebelumnya bersitegang dengan Taiwan, Korea Selatan dan Cina yang berdampak mempengaruhi volume wisatawan *inbound* ke Jepang. Dengan kemudahan persyaratan visa untuk Thailand dan Malaysia pada 2013, pemerintah daerah di Jepang telah memberikan dukungan kepada bisnis lokal untuk pengembangan produk ramah Muslim (Tang, 2014).

Dalam mengembangkan industri pariwisata halalnya, Jepang tidak dapat bekerja sendiri. Oleh karena itu, untuk mencapai kepentingan nasionalnya, seperti untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Jepang, pemerintah Jepang berusaha untuk dapat bekerja sama dengan negara-negara lain dalam hal mengembangkan industri pariwisata karena seperti diketahui bahwa industri pariwisata banyak mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Jepang dengan jumlah wisatawan asing terutama wisatawan Muslim. Secara tidak langsung, dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim yang datang ke Jepang, pemerintah Jepang juga harus meningkatkan industri pariwisata halal sebagai cara untuk menghargai wisatawan Muslim yang datang untuk memenuhi kebutuhan mereka selama di Jepang.

Berdasarkan kepentingan nasional Jepang, jelas bahwa dalam mengembangkan industri pariwisata halal, Jepang bekerja sama dengan negara-negara yang mayoritas Muslim, seperti Malaysia. Pemerintah Jepang telah menjalin kerjasama dengan Malaysia menjelang Olimpiade Tokyo 2020. Pada 26 November 2018, Menteri Ekonomi, Perdagangan dan Industri Jepang dan Menteri Pengembangan Pengusaha Malaysia sepakat menandatangani *Memorandum of Cooperation on Halal Certification*. Perjanjian ini berisi kesepakatan kerjasama Jepang-Malaysia di bidang produk dan jasa halal, sertifikasi halal, pariwisata halal, dan bantuan Malaysia dalam mempersiapkan Olimpiade Tokyo 2020.

Keinginan Jepang untuk fokus mengembangkan industri pariwisatanya, tentu saja didasari oleh fakta bahwa saat ini pariwisata telah menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang. Kecenderungan manusia yang tidak pernah puas terpaku pada satu tempat menjadikan berwisata sebagai satu satunya pilihan untuk memenuhi kepuasan mobilitas manusia. Ditambah lagi dengan perkembangan teknologi, yang menjadikan kebutuhan berwisata sangatlah mudah. Hal inilah yang kemudian menyebabkan pesatnya peningkatan industri pariwisata dunia terutama dalam satu dekade terakhir (Spillane, 1994).

Berdasarkan paparan di atas, dapat terlihat bahwa pemerintah Jepang telah melaksanakan serangkaian usaha aktif untuk menciptakan citra yang positif sebagai negara yang ramah muslim terhadap masyarakat internasional dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas industri pariwisata halal di negara Jepang. Untuk itulah, penulis tertarik untuk meneliti strategi pemerintah Jepang dalam

membangun citra sebagai negara yang ramah muslim. Maka dari itu penulis meneliti judul “**STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DALAM PENGEMBANGAN *HALAL TOURISM***”

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

Dari pembahasan yang penulis telah uraikan pada latar belakang masalah, maka penulis akan membatasi masalah penelitian ini dari tahun 2015 – 2019. Penulis ingin berfokus terhadap strategi diplomasi publik Jepang dalam pengembangan *halal tourism* di negaranya demi menciptakan citra yang positif sebagai negara yang ramah muslim. Dengan batasan masalah tersebut, berikut masalah yang akan dibahas dalam penulisan ini:

1. Bagaimana upaya diplomasi publik Pemerintah Jepang terkait *halal tourism*?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan *halal tourism* di Jepang?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan**

### **1) Tujuan Penulisan**

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menjelaskan strategi diplomasi publik Jepang dalam pengembangan *halal tourism* di negaranya.
- b. Untuk mengetahui dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan *halal tourism* di Jepang.

## 2) Kegunaan Penulisan

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penulisan ini ialah dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan orang-orang yang memiliki kepentingan ataupun yang berminat pada permasalahan yang ditulis oleh penulis sehingga tulisan ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi. Secara khususnya tulisan ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai *soft diplomacy* Jepang dalam menggunakan dan mengembangkan *halal tourism* untuk menciptakan citra yang positif sebagai negara yang ramah muslim.
- b. Bagi akademisi, penulis berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan referensi bagi mahasiswa Ilmu Hubungan Internasional yang membahas terkait strategi Jepang dalam menciptakan citra yang positif sebagai negara yang ramah muslim dengan mengembangkan *halal tourism* di Jepang.

## D. Kerangka Konseptual

### 1. Diplomasi Publik (*Public Diplomacy*)

Diplomasi adalah perpaduan antara ilmu dan seni perundingan atau metode untuk menyampaikan pesan melalui perundingan guna mencapai tujuan dan kepentingan negara yang menyangkut bidang politik, ekonomi, perdagangan, sosial, budaya, pertahanan, militer, dan berbagai kepentingan

lain dalam bingkai hubungan internasional (Shoelhi, 2011). Dengan demikian, dalam hubungan internasional, diplomasi tidak bisa dipisahkan dan bertalian sangat erat dengan politik luar negeri dan juga dengan politik internasional.

Salah satu jenis dari diplomasi adalah Diplomasi Publik. Istilah "Diplomasi Publik" diperkenalkan ke dalam sirkulasi ilmiah pada tahun 1965, ketika Edmund Gullion, seorang diplomat dan dekan Fakultas Hukum dari Diplomasi Universitas Tufts, menciptakan Pusat Diplomasi Publik Edward R. Murrow. Materi informasi dari pusat diplomasi tersebut menggambarkan istilah diplomasi publik ini sebagai "Pengaruh sikap publik dalam pembentukan dan pelaksanaan kebijakan luar negeri. Hal ini mencakup dimensi hubungan internasional di luar diplomasi tradisional termasuk:

- a. interaksi antara kelompok kepentingan swasta dari berbagai negara;
- b. memberi tahu orang-orang tentang urusan internasional dan pengaruhnya terhadap kebijakan dalam negeri;
- c. komunikasi antara pihak-pihak yang fungsinya adalah sebagai pelaksana komunikasi, seperti diplomat dan jurnalis asing;
- d. (dan) proses komunikasi antar budaya. " (Wilson, 2001)

Hans Tuch mendefinisikan Diplomasi Publik sebagai proses komunikasi pemerintah dengan publik asing dalam upaya mewujudkan pemahaman atas gagasan dan cita-cita bangsanya, lembaga dan budayanya, serta kepentingan dan kebijakan nasionalnya (Tuch, 1990). Selain itu, Diplomasi Publik juga dapat diartikan sebagai cara untuk menginformasikan dan mempengaruhi

masyarakat agar memiliki pandangan yang positif terhadap sebuah negara (Melissen, 2006).

Diplomasi publik berbeda dari diplomasi tradisional, dimana diplomasi tradisional melibatkan pelaksanaan hubungan antar negara melalui interaksi pemerintah. Diplomasi tradisional pada umumnya merupakan proses yang membutuhkan kerahasiaan dan privasi. Sebaliknya, diplomasi publik hampir selalu merupakan proses yang terbuka. Tujuan yang melekat dari diplomasi publik adalah publisitas, hal ini karena daya tariknya adalah publik, dimana negara ingin masyarakat internasional tahu dan mengerti atas kepentingan nasionalnya.

Salah satu fokus utama dari diplomasi publik adalah menciptakan citra yang positif terhadap negaranya. Hampir setiap negara di dunia berlomba-lomba dalam membangun dan mengelola reputasi mereka di dunia internasional. Persaingan dalam membangun citra dan reputasi positif merupakan hal yang sulit dihindari, karena pada dasarnya dunia memiliki pandangan tertentu terhadap negara tertentu. Pandangan-pandangan tersebut akan memengaruhi daya saing mereka dengan negara-negara lain.

Reputasi dan citra yang buruk tentu saja merupakan hal yang sangat dihindari oleh setiap negara di dunia karena hal tersebut dapat mempengaruhi daya saingnya di ranah internasional. Begitupun sebaliknya, citra yang positif dapat meningkatkan daya saing negara dengan negara lain. Terdapat beberapa definisi citra yang telah dikemukakan oleh ahli. Kotler, dalam bukunya mendefinisikan citra sebagai “*the set beliefs, ideas, and impressions*

*that a person hold of on object*” atau “keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang seseorang pada suatu objek” (Kotler, 2000).

Sementara itu, Aaker & Myers mendefinisikan citra sebagai “*The total impression of what person a group of people think and know about or object*” atau “Kesan total dari apa yang dipikirkan dan diketahui oleh sekelompok orang” (Aaker & Myers, 2000). Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka secara umum citra dapat didefinisikan sebagai suatu impresi atau kesan yang dipikirkan seseorang atau sekelompok orang yang diperoleh setelah menerima pengetahuan atau fakta terhadap suatu objek.

Hubungan internasional berubah begitu drastis dan permanen pada abad ini sehingga diplomasi tradisional atau yang juga dikenal dengan istilah *first track diplomacy*, yang hanya melibatkan peran pemerintah dalam menjalankan misi diplomasi, tentu saja tidak akan efektif dalam rangka menyampaikan pesan-pesan diplomasi terhadap suatu negara. Diplomasi publik, yang mencoba berkomunikasi secara langsung dengan orang-orang di negara lain, kini telah diyakini sebagai komponen yang sangat diperlukan dalam hubungan internasional.

Dalam penelitian ini, Jepang berupaya menjalankan diplomasi publiknya di bidang pariwisata. Penulis menggunakan konsep Diplomasi Publik untuk menganalisis berdasarkan pada pengamatan penulis bahwa industri halal di Jepang dilaksanakan oleh publik (*actor non-state*, wirastawan, masyarakat Jepang) dengan sasaran warga negara lain atau masyarakat internasional, khususnya wisatawan muslim mancanegara untuk membantu pengupayaan

ekonomi Pemerintah Jepang. Selain itu, konsep Diplomasi Publik menjadi landasan dalam menjelaskan strategi Jepang untuk menciptakan *image* atau citra sebagai negara ramah muslim. Dengan mengembangkan industri halal di negaranya, Jepang bertujuan untuk membangun citra positif sebagai negara destinasi wisata yang *muslim friendly*.

## 2. Analisis Kebijakan

Kebijakan atau *policy* dapat diartikan sebagai suatu cara bertindak yang diambil untuk mengarahkan keputusan. Kebijakan selalu berorientasi kepada masalah (*problem-oriented*) dan juga berorientasi kepada tindakan (*action-oriented*). Oleh karena itu, kebijakan dapat dikatakan sebagai suatu ketetapan yang di dalamnya memuat prinsip-prinsip untuk mengarahkan cara-cara bertindak yang dibuat secara terencana dan konsisten dalam mencapai tujuan (Suharto, 2006). Analisis kebijakan dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk analisis yang menghasilkan dan menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga dapat memberi landasan bagi para pembuat kebijakan dalam membuat sebuah keputusan. Analisis kebijakan juga dapat diartikan sebagai aktivitas menciptakan pengetahuan dan dalam proses pembuatan kebijakan (Dunn, 1981).

Pengetahuan kebijakan tentang proses pembuatan kebijakan dilakukan dengan menganalisis tentang sebab, akibat, dan kinerja kebijakan dan program publik. Hal ini dapat tercapai jika pengetahuan tentang kebijakan dikaitkan dengan pengetahuan dalam proses kebijakan, anggota-anggota

badan eksekutif, legislatif, dan yudikatif bersama dengan warga negara yang memiliki peranan dalam keputusan publik, dapat menggunakan hasil-hasil analisis kebijakan untuk memperbaiki proses pembuatan kebijakan dan kinerjanya.

Efektifitas pembuatan kebijakan tergantung pada akses terhadap stok pengetahuan yang tersedia, komunikasi, dan penggunaan analisis kebijakan menjadi penting sekali dalam praktek dan teori pembuatan kebijakan publik (Fatmawati, 2011). Analisis kebijakan lebih fokus kepada bagaimana pengambil keputusan mendapatkan sejumlah alternatif kebijakan yang terbaik, sekaligus alternatif yang terpilih sebagai rekomendasi dari analisis kebijakan atau tim analisis kebijakan. Peran analisis kebijakan adalah memastikan bahwa kebijakan yang hendak diambil benar-benar dilandaskan atas manfaat optimal yang akan diterima oleh publik, dan bukan asal menguntungkan pengambil kebijakan.

Pemerintah Jepang telah membuat beberapa kebijakan sebagai bagian dari strateginya dalam membuat negaranya menjadi ramah muslim demi menciptakan citra sebagai negara yang ramah muslim . Beberapa kebijakan tersebut di antaranya mempermudah visa bagi negara-negara dengan penduduk yang mayoritas beragama muslim, serta menjalin kerjasama dengan Malaysia di bidang *halal industry* dalam mempersiapkan Olimpiade Tokyo 2020.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan konsep Analisis Kebijakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan

*halal tourism* di Jepang. Faktor ini terdiri atas faktor internal dan eksternal. Faktor internal misalnya besarnya peluang atau potensi *halal tourism* terhadap peningkatan ekonomi Jepang. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas beberapa hal. Misalnya fakta bahwa saat ini jumlah wisatawan muslim di seluruh dunia semakin meningkat, dan dalam melakukan kegiatan berwisata, mereka ingin jaminan atas akomodasi, makanan, dan tempat wisata yang halal dan ramah muslim.

Oleh karena itu, Jepang ingin mengembangkan industri halal di negaranya agar wisatawan muslim di seluruh dunia tetap tertarik untuk mengunjungi Jepang meskipun Jepang bukan termasuk negara dengan banyak penduduk muslim di dalamnya.

### **3. *Halal Tourism***

Pariwisata Halal atau *Halal Tourism* merupakan sebuah konsep baru dalam industri pariwisata yang membuka peluang baru dan menarik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Secara definisi, *World Halal Market* mendefinisikan *Halal Tourism* sebagai:

*“a type of religious tourism that represents allowable activities under the Islamic teachings in terms of behavior, dress, conduct, and diet”* atau “sejenis wisata religius yang mewakili aktivitas yang diizinkan di bawah ajaran Islam dalam hal perilaku, pakaian, perilaku, dan diet”.

Selain definisi di atas, Battour dan Ismail mengartikan *halal tourism* sebagai "segala objek atau tindakan pariwisata yang diizinkan menurut ajaran

Islam untuk digunakan atau dilibatkan oleh umat Islam dalam industri pariwisata". Definisi tersebut mempertimbangkan hukum Islam (syariah) sebagai dasar untuk memberikan produk dan layanan pariwisata kepada target pelanggan pariwisata halal yang sebagian besar Muslim, seperti hotel/akomodasi halal (yang sesuai syariah), restoran halal, dan perjalanan halal.

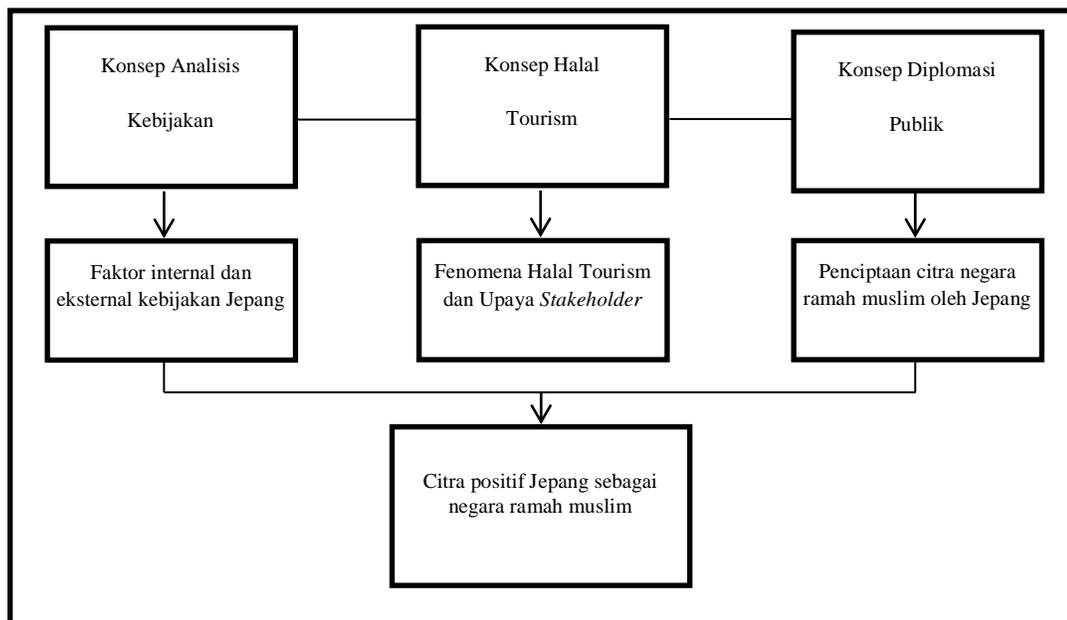
Definisi tersebut mengklaim bahwa lokasi kegiatan dari pariwisata halal tidak terbatas pada negara-negara yang identik sebagai negara muslim. Oleh karena itu, pariwisata halal juga mencakup layanan dan produk yang dirancang untuk wisatawan muslim di negara-negara muslim dan non-muslim. Selain itu, definisi ini juga menganggap tujuan dari perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan muslim belum tentu bersifat religius (Battour & Ismail, 2016)

Belakangan ini, beberapa praktik yang berkaitan dengan pariwisata halal makin mendapat perhatian. Praktik-praktik ini telah diterapkan di beberapa negara destinasi wisata dan dapat digunakan sebagai patokan bagi negara lain untuk menargetkan turis muslim dan/atau untuk memasarkan negara/destinasinya sebagai 'negara/destinasi ramah muslim'. Isu halal menjadi hal yang sensitif bagi umat muslim di seluruh dunia. Kesadaran di kalangan muslim meningkat untuk memilih opsi halal untuk kebutuhan mereka dari pilihan umum yang saat ini ditawarkan. Oleh karena itu, beberapa negara destinasi wisata non-Muslim di seluruh dunia menawarkan solusi / opsi ramah muslim untuk skenario yang dianggap bermasalah oleh pelancong Muslim. Dalam penelitian ini, penulis membahas Jepang sebagai salah satu negara yang saat

ini sedang gencar mengembangkan industri halal, termasuk pariwisata halal di negaranya.

Penulis menggunakan konsep *Halal Tourism* karena sebelum menganalisis isu terkait industri halal di Jepang, penulis tentu saja terlebih dahulu paham mengenai halal tourism itu sendiri. Selain itu, konsep ini juga penulis gunakan untuk menganalisis apa saja upaya-upaya yang telah dilakukan oleh *stakeholder* di Jepang dalam membantu mengembangkan industri halal di Jepang, khususnya di bidang pariwisata halal.

**Bagan 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian**



## **E. Metode Penelitian**

### **a. Tipe Penelitian**

Penulis menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fakta-fakta tentang strategi Jepang dalam mengembangkan *halal tourism* dan dampaknya dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Apakah strategi yang dilakukan Jepang dapat berhasil menarik wisatawan muslim asing dan meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Jepang melalui pengembangan *halal tourism*.

### **b. Jenis Data**

Jenis data yang akan digunakan oleh penulis yakni data yang diperoleh dari sumber sekunder. Penulis akan memilih data yang berasal dari jurnal atau karya-karya ilmiah, sumber pustaka dalam hal ini buku, kumpulan artikel, dan maupun berita-berita di internet yang akurat dan terkait dengan permasalahan yang akan dibahas.

### **c. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah telaah pustaka (*Library Research*). Penulis menelaah sejumlah literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti berupa buku, jurnal, artikel, laporan, dokumen dari berbagai media baik elektronik maupun non elektronik.

### **d. Teknik Analisa Data**

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh penulis yakni analisis data kualitatif. Permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya nantinya

akan dianalisis lebih lanjut dengan cara penggambaran masalah yang ada kemudian dianalisis dengan data-data yang telah diperoleh kemudian diolah sehingga menghasilkan sebuah argumen yang tepat

**e. Metode Penulisan**

Penulis menggunakan metode penulisan deduktif, yaitu menggambarkan permasalahan secara umum kemudian menarik kesimpulan secara khusus dalam menganalisis data.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Konsep Diplomasi Publik**

Dewasa ini, kondisi dan situasi internasional, aktor, dan teknologi informasi mengalami perkembangan yang signifikan. Globalisasi dan kemudahan konektivitas antar negara, beserta dengan perkembangan teknologi informasi membuat praktik diplomasi yang selama ini dikenal dengan diplomasi tradisional bergeser menjadi bentuk diplomasi yang lebih modern, yaitu diplomasi publik.

Pilihan alat dan media diplomasi kini semakin beragam. Sebelumnya, istilah diplomasi lebih sering dikaitkan dengan isu-isu *high politics*, seperti perang. Kini, isu seperti itu sudah mulai bergeser dan berganti dengan isu-isu *low politics* yang lebih ringan dan terkait dengan aspek sehari-hari masyarakat suatu negara. Isu perang tetap ada, namun saat ini isu-isu lain seperti hak asasi manusia, kesehatan, lingkungan, dan pariwisata telah muncul dan menjadi sasaran dari bentuk diplomasi baru yaitu diplomasi publik.

Secara umum, diplomasi publik merupakan aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah ketika berhubungan dan berkomunikasi dengan publik mancanegara (*foreign public*). Tujuannya meliputi dua hal, yaitu mempengaruhi perilaku dari negara bersangkutan dan memfasilitasinya. Karenanya, *soft power* menjadi perangkat penting dalam pelaksanaan diplomasi publik (Hennida, 2009).

Istilah diplomasi publik diperkenalkan ke dalam sirkulasi ilmiah pada tahun 1965, ketika Edmund Gullion, seorang diplomat dan dekan Fakultas Hukum dan

Diplomasi Universitas Tufts, mendirikan Pusat Diplomasi Publik Edward R. Murrow. Materi informasi dari Pusat tersebut menggambarkan istilah diplomasi publik ini sebagai “pengaruh sikap publik dalam pembentukan dan pelaksanaan kebijakan luar negeri”. Terdapat beberapa dimensi hubungan internasional di luar diplomasi tradisional yang tercakup di dalamnya, yaitu:

1. pembentukan opini publik oleh pemerintah di negara lain;
2. interaksi antara kelompok kepentingan pribadi dari berbagai negara;
3. menginformasikan orang-orang tentang *international affairs* dan pengaruhnya terhadap kebijakan dalam negeri;
4. komunikasi antara orang-orang yang berperan dalam melakukan komunikasi, seperti diplomat dan jurnalis asing;
5. proses komunikasi antar budaya (Dizard, 2001).

Sementara itu, Hans Tuch mendefinisikan diplomasi publik sebagai:

*“a communication process of the government of a country with foreign audiences, trying to explain his ideas and ideals of respective nation, its institutions and its culture as well as national interests and policies”* (Tuch, 2010).

Dalam diplomasi publik, tujuan dan kepentingan nasional diungkapkan kepada publik asing melalui berbagai cara, seperti program internasional, pembinaan jurnalis dan akademisi asing, pertukaran budaya dan pendidikan, kunjungan dan konferensi terjadwal, serta publikasi (Tuch, 2010).

Griffin Malone memperluas definisi diplomasi publik dan menyertakan kebutuhan untuk memahami orang lain sebagai hal mendasar bagi keberhasilan diplomasi publik. Dalam pernyataannya, Malone berkata:

*“if we want to have success in our efforts to create understanding for our society and for our policies, first of all we must understand the leitmotifs, the culture, the history and the psychology of people with whom we want to communicate and certainly their language”* (Gurgu & Cociuban, 2016).

Definisi lain diberikan oleh Melissen (2006), dimana ia memandang diplomasi publik sebagai usaha yang bertujuan untuk mempengaruhi individu maupun organisasi di luar negeri tentang negaranya sendiri secara positif dan mengubah cara pandang mereka terhadap negara tersebut (Melissen, 2006).

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dipaparkan sebelumnya dapat dilihat bahwa diplomasi publik merupakan suatu bentuk usaha pemerintah suatu negara untuk menginformasikan kepada masyarakat internasional hal-hal yang dianggap perlu diketahui oleh mereka terkait perkembangan di dalam negaranya. Proses komunikasi dilakukan untuk menciptakan pandangan yang positif terhadap negara tersebut yang kemudian dapat mempermudah jalannya dalam mendapatkan kepentingan nasionalnya.

Dalam penelitian kali ini, penulis akan menggunakan definisi yang dikemukakan oleh Tuch (2010), dimana ia berpendapat bahwa diplomasi publik merupakan suatu proses komunikasi pemerintah suatu negara dengan publik internasional untuk menjelaskan gagasan, budaya, serta kepentingan dan kebijakan nasionalnya. Proses ini dilakukan melalui berbagai cara seperti program internasional atau publikasi.

Definisi ini sejalan dengan tema penelitian penulis kali ini dimana Jepang berusaha menjalankan diplomasi publiknya dengan melakukan serangkaian usaha untuk menginformasikan bahwa negaranya merupakan negara yang ramah muslim. Selain itu, Jepang juga telah aktif mengembangkan fasilitas halal dan ramah muslim di negaranya untuk mengakomodasi kebutuhan wisatawan muslim mancanegara.

Semakin tinggi kesadaran publik asing, khususnya wisatawan muslim terhadap Jepang sebagai negara yang ramah muslim, semakin besar potensi mereka untuk berkunjung ke Jepang untuk berwisata dengan aman dan halal. Hal ini tentu saja akan berdampak langsung terhadap peningkatan devisa negara Jepang.

Diplomasi publik adalah bidang ilmu dan praktik yang baru. Ini menarik perhatian di abad sebelumnya ketika diplomasi berada di abad sebelumnya ketika diplomasi berada di bawah pengawasan media dan opini publik. Diplomasi publik menjadi area yang lebih substansial selama perang dingin, yang didominasi oleh kampanye untuk mengumpulkan dukungan untuk keseimbangan senjata nuklir dan pertempuran ideologis oleh orang-orang di seluruh dunia (Gilboa, 2008).

Diplomasi publik dari perang dingin mengilhami banyak penelitian tentang berbagai alat yang digunakan negara adidaya dan negara lain untuk mencapai tujuan internasional mereka. Fase baru dalam perkembangan diplomasi publik dimulai setelah peristiwa 9/11, yaitu serangan teroris di New York dan Washington oleh fundamentalis Islam. Tantangan dan kebutuhan baru diplomasi publik di era pasca perang dingin / pasca 9/11 dipengaruhi oleh tiga revolusi yang saling terkait dalam komunikasi massa, politik, dan hubungan internasional (Gilboa, 2008).

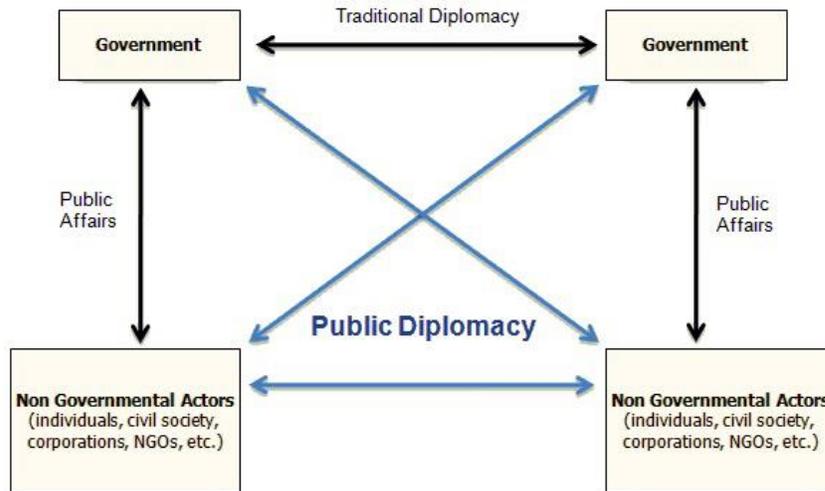
Revolusi dalam teknologi komunikasi menciptakan dua inovasi besar: internet dan jaringan berita global, seperti CNN International, BBC World, Sky News, dan Al-Jazeera, yang mampu menyiarkan, seringkali secara langsung, hampir setiap perkembangan penting dalam peristiwa dunia ke berbagai belahan dunia. Internet dan jaringan global telah menjadi sumber informasi utama tentang dunia. Internet memberi negara, organisasi non pemerintah (NGO), komunitas, perusahaan, dan bahkan individu dengan banyak kesempatan untuk bertukar pikiran tentang urusan dunia (Gilboa, 2008).

Revolusi dalam politik telah mengubah banyak masyarakat dari otokrasi menjadi demokrasi, menghasilkan partisipasi massa yang tumbuh dalam proses politik, Revolusi dalam hubungan internasional telah mengubah tujuan dan sarana kebijakan luar negeri. Citra dan reputasi yang positif di seluruh dunia, yang dicapai melalui daya tarik dan persuasi, telah menjadi lebih penting daripada wilayah, akses, dan bahan mentah yang secara tradisional diperoleh melalui tindakan militer dan ekonomi (Gilboa, 2008).

Menurut Gurgu dan Cociuban (2016), aspek-aspek dalam Diplomasi Publik meliputi:

1. dukungan pemerintah terhadap program-program di bidang budaya, pendidikan dan informasi;
2. pertukaran warga negara
3. program yang berorientasi pada menginformasikan dan mempengaruhi publik asing (Gurgu & Cociuban, 2016).

**Gambar 2.1 Diplomasi Tradisional vs Diplomasi Publik**



**Sumber:** Gurgu & Cociuban, 2016

Gambar di atas menunjukkan perbedaan antara diplomasi tradisional dan diplomasi publik. Dimana dalam diplomasi tradisional, aktornya hanya terdiri dari *government* atau pemerintah. Sedangkan dalam diplomasi publik, aktornya tidak hanya negara, tapi juga *Non Governmental Actors* seperti individu, *civil society*, perusahaan, dll. Diplomasi publik dapat dijalankan antara pemerintah dengan NGO, ataupun NGO dengan NGO lainnya.

Kayani dan Rehman (2015) dalam tulisannya, *Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm* menyebutkan bahwa diplomasi publik berkaitan dengan:

1. *listening to foreign audience*
2. *related to foreign policy goals*
3. *inter cultural communication*
4. *it's a long term process*
5. *approaches are carved out according to the situation and demand*
6. *the ultimate aim is to manage international environment*
7. *different and effective means of communication to be utilized*
8. *it is open and based on reliable information*
9. *it must have comprehensible message and goals and strategies*
10. *it's a concept revolving around branding a nation*

11. *it must be credible* (Kayani & Rehman, 2015)

Hubungan diplomatik “antar negara” pada era Perang Dingin, telah berubah menjadi hubungan “antar masyarakat” dengan perubahan paradigma. Dalam tatanan internasional baru, muncul beberapa aktor baru seperti media, opini publik, NGO, dan asosiasi internasional. Terlebih lagi, para aktor tersebut mulai mempengaruhi pengambilan keputusan secara langsung (Kalin, 2011).

Diplomasi Publik bertujuan untuk memanipulasi tata krama publik untuk membentuk dan mengimplementasikan politik luar negeri. Ia juga mencakup upaya pembentukan opini publik di luar negeri, interaksi NGO, dan proses komunikasi budaya. Pemerintah dan NGO, melalui Diplomasi Publik, dapat menyampaikan pendapatnya kepada NGO asing dan opini publik (Ozman, 2015). Diplomasi Publik menekankan pada proses komunikasi yang diluncurkan untuk membangun simpati opini publik atas opini, misi, dan kepentingannya (Signitzer, 2008).

Tidak seperti diplomasi tradisional, diplomasi publik ditujukan kepada aktor non-negara dan opini publik daripada pemerintah asing. Melalui diplomasi publik, negara dapat memperdalam dialog antara warga negaranya sendiri dengan warga negara dan asosiasi asing. Diplomasi publik memiliki beberapa tujuan lain seperti menginformasikan dan memanipulasi opini publik asing serta mengoreksi kesalahpahaman (Ozman, 2015).

Kebijakan yang dilaksanakan oleh negara yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang efektif dari praktik diplomasi publik tentunya harus rasional, meyakinkan, legal dan dapat dipertahankan karena tidak mungkin menyatakan dan

mempertahankan kebijakan yang bertentangan dengan hukum internasional dan berdasarkan cara-cara ilegal.

Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan konsep diplomasi publik untuk menjelaskan usaha pemerintah Jepang untuk menginformasikan publik internasional, khususnya wisatawan muslim mancanegara bahwa Jepang saat ini sedang aktif mengembangkan *halal tourism* di negaranya. Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, bahwa aktor dalam diplomasi publik tidak hanya terdiri dari negara, melainkan juga individu dan NGO.

Melalui diplomasi publiknya, Jepang berharap dapat menciptakan citra positif sebagai negara yang ramah muslim dan pada akhirnya akan mempengaruhi cara pandang dan opini publik terhadap negara Jepang secara positif.

## **B. Konsep Analisis Kebijakan**

Dalam hubungan internasional, setiap negara memiliki hak dan kekuasaan untuk mengamankan tujuan kepentingan nasionalnya. Merupakan tugas tertinggi dari suatu negara untuk memenuhi kebutuhan rakyatnya. Setiap negara ingin mandiri di semua bidang aktivitas. Namun, pada kenyataannya tidak ada bangsa yang bisa mencapai persen kemandirian dan kemandirian. Politik Luar Negeri suatu bangsa selalu dibuat dan dilaksanakan dengan memperhatikan keadaan di berbagai wilayah dunia.

Setiap negara membangun hubungan diplomatik, ekonomi, perdagangan, pendidikan, budaya dan politik dengan negara lain. Untuk memberi makna dan arah

hubungannya dengan bangsa lain, masing-masing negara merumuskan dan mengadopsi Politik Luar Negeri. Melalui kebijakan yang dibuatnya, negara berusaha untuk mengamankan tujuan kepentingan nasionalnya dalam hubungan internasional.

Analisis kebijakan mengacu pada konsep dari sejumlah disiplin ilmu: ekonomi, ilmu politik, sosiologi, administrasi publik dan sejarah, dan muncul sebagai subdisiplin pada tahun 1960-an, terutama di Amerika Serikat. Dalam bentuknya yang modern, analisis kebijakan muncul sebagai produk perencanaan ekonomi dan rekonstruksi Eropa setelah Perang Dunia II, tetapi akarnya berasal dari tahun 1940-an atau bahkan lebih awal (Walt & Gilson, 1994). Awalnya, konsep ini dipahami sebagai cara untuk meningkatkan kebijakan kesehatan dan menangani masalah sumber daya air, namun seiring waktu mulai diperluas ke sejumlah sektor publik lainnya, termasuk pendidikan dan pelatihan (Healy, 2016). Setelah bertahun-tahun diterapkan di domain publik, analisis kebijakan telah berkembang menjadi bidang yang terdiversifikasi dan heterogen dengan berbagai perspektif dan kerangka kerja analitis.

Terdapat banyak definisi terkait kebijakan. Anderson (1975) mendefinisikan kebijakan sebagai 'tindakan yang diikuti dengan tujuan tertentu oleh seorang atau sekelompok aktor guna memecahkan suatu masalah tertentu' (Anderson, 1975). Lasswell dan Kaplan dalam bukunya mengartikan kebijakan sebagai suatu program untuk mencapai tujuan, nilai-nilai dan praktek-praktek yang terarah (Kaplan & Lasswell, 1950). Carl J. Friedrich mengartikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu

lingkungan tertentu dengan menunjukkan peluang-peluang dan hambatan-hambatan terhadap pelaksanaan usulan kebijakan tersebut dalam upaya mewujudkan tujuan tertentu (Friedrich, 1942). Sementara itu, Amara Raksasataya (Raksasataya, 1979) mendefinikan kebijakan sebagai sebuah taktik dan strategi yang diarahkan untuk mencaoai suatu tujuan. Oleh sebab itu, kebijakan memuat 3 (tiga) elemen, yaitu:

- a. Identifikasi dari tujuan yang ingin dicapai
- b. Strategi atau taktik dari langkah-langkah untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan
- c. Penyediaan berbagai input agar memungkinkan pelaksanaan dari traktik atau strategi secara nyata

Dari beberapa contoh definisi kebijakan di atas, dapat ditarik benang merah terkait definisi dari kebijakan. Beberapa hal yang terkandung di dalamnya, yaitu:

1. Sebuah tujuan tertentu yang ingin dicapai. Tujuan ini merupakan tujuan yang berpihak kepada kepentingan masyarakat (*public interest*);
2. Serangkaian tindakan yang dilakukan demi mencapai tujuan. Serangkaian tindakan ini merupakan strategi yang disusun untuk mewujudkan tujuan dengan lebih mudah yang kemudian diimplementasikan ke dalam bentuk program dan proyek-proyek;
3. Usulan tindakan yang dapat bersumber dari perseorangan maupun kelompok baik dari dalam atau luar pemerintahan;
4. Penyediaan input untuk melaksanakan strategi. Input yang dimaksud yaitu berupa sumberdaya baik manusia maupun bukan manusia.

Kebijakan dapat dibedakan menjadi kebijakan publik dan kebijakan privat. Kebijakan Publik ialah tindakan kolektif yang diwujudkan melalui kewenangan pemerintah yang sah untuk mendorong, menghambat, melarang atau mengatur tindakan privat (individu atau lembaga swasta). Terdapat dua ciri utama dari kebijakan publik. Pertama, yaitu dibuat atau diproses oleh lembaga pemerintahan atau berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Hogwood & Gunn, 1988). Contoh dari kebijakan publik adalah kebijakan harga BBM karena dibuat oleh pemerintah, bersifat memaksa dan dapat berpengaruh terhadap kehidupan ekonomi masyarakat baik konsumen maupun pengusaha.

Kebijakan Privat adalah tindakan yang dilakukan seseorang atau lembaga swasta dan bersifat tidak memaksa kepada orang atau lembaga lain. Sebagai contoh, keputusan yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan swasta untuk menetapkan harga jual produk yang ditawarkannya. Perusahaan swasta merupakan lembaga privat dan keputusannya tidak mengikat bagi perusahaan atau lembaga swasta lain maupun masyarakat secara luas. Kebijakan privat hanya berlaku di internal lembaga atau individu itu saja.

Berdasarkan definisi tentang kebijakan yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kebijakan dapat dilaksanakan secara umum, namun kenyataannya lebih sering dan secara luas dipergunakan dalam tindakan-tindakan atau perilaku pemerintah yang pada umumnya lebih dikenal dengan istilah kebijakan publik.

Menurut Patton dan Sawicki (1986), istilah analisis kebijakan kemungkinan pertama kali digunakan pada tahun 1958 oleh Charles Lindblom (Patton & Sawicki,

Basic Methods of Policy Analysis and Planning, 1986). Sejak saat itu sejumlah ahli di bidang tersebut telah memberikan definisinya masing-masing. Dunn (1981) menekankan bahwa analisis kebijakan adalah disiplin ilmu terapan. Dalam kata-katanya, analisis kebijakan adalah “suatu disiplin ilmu sosial terapan yang menggunakan berbagai metode penelitian dan argumen untuk menghasilkan dan memindahkan informasi yang relevan dengan kebijakan sehingga dapat digunakan di ranah politik untuk menyelesaikan masalah publik” (Dunn, 1981).

Patton dan Sawicki (1986) mendefinisikan analisis kebijakan sebagai evaluasi sistematis dari kelayakan teknis dan ekonomi dan kelayakan politik dari kebijakan alternatif, strategi untuk implementasi, dan konsekuensi dari adopsi kebijakan (Patton & Sawicki, Basic Methods of Policy Analysis and Planning, 1986). Definisi lain juga dikemukakan oleh Weimer dan Vining (1989), dimana mereka berpendapat bahwa analisis kebijakan adalah proses penyelidikan sistematis dari implementasi dan dampak dari kebijakan yang ada (*ex-post analysis*) dan opsi untuk kebijakan baru (*ex-ante analysis*).

Fincher (1987) menggambarkan analisis kebijakan sebagai cara paling efektif yang tersedia untuk menjelaskan masalah kebijakan. Ia menyoroti pentingnya dalam memisahkan masalah yang kompleks menjadi masalah yang lebih mudah dikelola untuk tujuan menafsirkan, menganalisis, dan mengembangkan strategi implementasi (Fincher, 1987).

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan definisi dari Gill & Saunders, dimana keduanya mendefinisikan analisis kebijakan sebagai sebuah metode untuk menyusun informasi dan memberikan peluang untuk pengembangan pilihan

alternatif bagi pembuat kebijakan (Gill & Saunders, 2006). Dimana dalam penelitian ini penulis akan menganalisa faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan halal tourism oleh Jepang.

Analisis kebijakan dapat membantu meningkatkan fungsi organisasi. Karena konflik tujuan dalam organisasi dan lingkungannya, analisis diperlukan untuk memandu pengambilan keputusan yang terinformasi (Strauch, 1974). Analisis kebijakan memberikan satu sumber informasi dan wawasan bagi pembuat kebijakan. Braybrooke dan Lindblom (1963) mengemukakan bahwa analisis kebijakan di sektor politik berguna saat menyempurnakan tujuan, mengembangkan strategi, atau menetapkan prioritas untuk pengembangan kebijakan (Braybrook & Lindblom, 1963)..

Dalam membuat kebijakan apa pun, dibutuhkan informasi yang spesifik tentang masalah yang akan diteliti. Informasi ini kemudian diproses untuk menganalisis data yang telah dimasukkan ke dalam bentuk yang bermakna dan berguna dalam konteks pengguna untuk pengambilan keputusan.

Produk dari analisis kebijakan adalah nasihat. Secara khusus, ini adalah nasihat yang menginformasikan beberapa keputusan kebijakan publik (Weimer & Vining, 1989). Sehingga, dapat dikatakan analisis kebijakan dalam kebijakan publik lebih merupakan nasehat atau bahan pertimbangan yang digunakan oleh para pembuat kebijakan publik yang berisi tentang masalah yang dihadapi, tugas yang harus dilakukan organisasi publik terkait masalah-masalah dan berbagai alternatif

kebijakan yang mungkin dapat diambil dengan berbagai penilaiannya berdasarkan tujuan kebijakan.

Tujuan penting dari analisis kebijakan adalah membantu pembuat kebijakan untuk sampai pada pilihan kebijakan yang layak diinformasikan dengan ekspektasi yang kredibel tentang apa yang akan menjadi hasil yang diharapkan dari pilihan kebijakan tersebut. Dalam dunia proses politik dan sosio-ekonomi yang kompleks, memprediksi efektivitas kebijakan tertentu yang berkaitan dengan tujuan yang diharapkan sambil mengidentifikasi potensi konsekuensi yang tidak diinginkan merupakan tugas yang sulit.

Jika dilihat dari perspektif instrumental, kebijakan publik merupakan suatu alat untuk mencapai sebuah tujuan yang berhubungan dengan usaha pemerintah mewujudkan nilai-nilai kepublikan (*public values*). Nilai-nilai kepublikan sebagai tujuan dari kebijakan tersebut dapat memiliki berbagai macam bentuk. Namun, secara umum kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah adalah untuk mewujudkan nilai-nilai yang dianggap ideal oleh masyarakat, seperti keadilan, persamaan dan keterbukaan.

Memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat misalnya masalah kemiskinan, pengangguran, kriminalitas, dan pelayanan publik yang buruk. Dalam memanfaatkan peluang baru bagi kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat seperti mendorong investasi, inovasi pelayanan, dan peningkatan pendapatan devisa negara.

Analisis kebijakan terhadap kebijakan publik bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang berguna untuk membantu para pembuat kebijakan dalam rangka memecahkan permasalahan publik. Analisis kebijakan memberikan informasi-

informasi yang berkaitan dengan permasalahan publik dan memberikan argumentasi berbagai alternatif kebijakan publik sebagai bahan pertimbangan pembuat kebijakan publik.

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, sesuai dengan pernyataan Weimer dan Vining bahwa kajian kebijakan dapat dibedakan antara analisis kebijakan sebelum adanya kebijakan dan sesudah adanya kebijakan tertentu. Analisis kebijakan sebelum adanya kebijakan publik bertopang pada permasalahan publik semata sehingga hasilnya benar-benar merupakan bentuk rekomendasi untuk kebijakan yang baru. Keduanya, baik analisis kebijakan sebelum maupun setelah adanya kebijakan sama-sama bertujuan untuk memberikan rekomendasi kebijakan kepada para pembuat kebijakan agar menghasilkan kebijakan yang berkualitas.

Pembuatan sebuah kebijakan, khususnya kebijakan yang berorientasi untuk politik luar negeri merupakan suatu proses yang kompleks dan banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor berbeda yang saling mempengaruhi dan harus dipertimbangkan secara matang. Faktor-faktor tersebut terbagi ke dalam faktor internal dan eksternal.

Faktor internal ialah faktor-faktor yang berasal dari dalam negara, seperti sumber daya alam, kemampuan negara, tuntutan dan kebutuhan sosial-ekonomi melalui partai politik, gerakan massa atau kelompok kepentingan, nilai-nilai, doktrin atau ideologi nasional, serta opini publik. Sedangkan faktor eksternal bersumber dari struktur sistem internasional, opini masyarakat internasional, perjanjian multilateral dan bilateral, interaksi antar negara (budaya, masyarakat, perdagangan, dll), serta komitmen dan pemahaman secara informal atau implisit (Holsti, 1970).

Perumusan kebijakan juga melibatkan aktor-aktor utama yang berpengaruh dalam prosesnya. Marume (2016) membagi aktor-aktor ini dalam beberapa kelompok, di antaranya:

1. Riset dan analisis kebijakan yang efektif

Harus disadari bahwa pengembangan kebijakan yang bermakna, diperlukan dan tepat bergantung pada penelitian dan analisis kebijakan yang efektif; dialog kebijakan, dan yang utama, pelatihan dan penyebaran informasi di antara kebijakan kelembagaan harus memastikan bahwa publik yang lebih luas dilibatkan sehingga dapat mengembangkan negosiasi dan pilihan kebijakan yang terinformasi.

2. Lingkungan sosio-politik

Lingkungan sosial, politik dan ekonomi di mana pengembangan kebijakan berlangsung sangat penting untuk jenis dan sifat kebijakan yang dirumuskan. Oleh karena itu, lingkungan-lingkungan ini merupakan sumber dan penerima dari kebijakan yang dikembangkan. Dalam lingkungan sosial terdapat berbagai institusi, individu, kelompok yang saling bersaing, berkonflik dan bekerjasama, dan struktur formal maupun informal dengan kepentingan dan perannya masing-masing dalam perumusan kebijakan.

3. Kabinet dan komite-komitennya

Dalam struktur formal terdapat kementerian / departemen, perusahaan publik, parlemen dan kabinet dengan berbagai komite yang bertanggung jawab atas banyak bidang kegiatan pemerintah. Meskipun komite antar-kementerian diakui dan diterima, struktur formal yang melaluinya kebijakan pemerintah dimulai, dikonseptualisasikan, disiapkan, dirumuskan kembali, dan pada akhirnya dihadirkan di hadapan kabinet, mereka sebenarnya merupakan metode terbaik untuk mengumpulkan informasi dalam persiapan pengambilan keputusan formal.

Alasan utamanya adalah bahwa mereka tidak memiliki semua keahlian, kompetensi dan keterampilan yang relevan dalam disiplin tertentu yang diperlukan untuk pengambilan kebijakan. Meski mewakili kepentingan kementerian dan departemen, komposisinya dalam hal tingkat kewenangan berfluktuasi. Dalam satu komite antar-kementerian, misalnya, anggota yang hadir mungkin tidak teratur dan, akibatnya, tidak terbiasa dengan perincian yang lebih baik terkait dari diskusi sebelumnya di mana pengarahan mungkin tidak dimungkinkan.

Variasi kehadiran dan perbedaan tingkat senioritas dan kompetensi, oleh karena itu, tidak memberikan kontribusi positif terhadap konsistensi dan kontinuitas gagasan kebijakan. Akan tetapi, komite-komite tersebut diperlukan untuk membangun konsensus dan kerja sama kementerian yang dicari dengan baik dalam proses implementasi kebijakan.

#### 4. Unit tinjauan analisis kebijakan

Untuk memperkaya keputusan kebijakan kabinet, beberapa negara, di Afrika, Asia, dan Amerika Latin, dan di Eropa, telah membentuk baik di kantor kabinet maupun di unit tinjauan analisis kebijakan kementerian, yang tujuan utamanya adalah untuk menciptakan dan memelihara dan mengkonsolidasikan data, dan untuk mengklarifikasi peran dan tanggung jawab pejabat kebijakan di dalam kementerian pemerintah atau di dalam badan koordinasi pemerintah.

#### 5. *Civil Society* / Masyarakat sipil

Masyarakat sipil (yang mengacu pada organisasi yang berada di luar pemerintah tetapi menemukan ekspresi dalam hubungannya dengan negara; yang menunjukkan pola asosiasi, misalnya, kelompok kepentingan tunggal, asosiasi profesional dan organisasi keanggotaan; oleh karena itu organ masyarakat sipil bersifat heterogen), di pemikiran saat ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kebijakan karena kebijakan liberalisasi ekonomi dan politik yang diadopsi oleh banyak pemerintah.

Tujuan, konstitusi, dan durasi yang direncanakan bervariasi. Semuanya, dalam satu atau lain cara, adalah kelompok kepentingan yang mungkin, misalnya, mewakili kepentingan sektoral tertentu (petani, kamar dagang, serikat pekerja) atau sudut pandang kebijakan tertentu (kelompok penekan). Bersama-sama mereka membentuk mekanisme di mana beragam pandangan diarahkan pada pembuat kebijakan publik dan diserap ke dalam proses konsultasi yang lebih besar. Mereka memberikan

kesempatan untuk mempengaruhi arah kebijakan pemerintah tanpa harus mencari jabatan politik. Karena itu, mereka merupakan penghubung antara individu dan negara.

Oleh karena itu, masyarakat sipil sebagai bagian dari struktur informal berkontribusi pada pembentukan kebijakan. Banyak pemerintah merasa penting untuk melibatkan masyarakat sipil sebagai cara mengembangkan konsensus nasional dalam mengantisipasi penerimaan atau persetujuan hasil kebijakan. Akuntabilitas oleh pemerintah dan penerimaan kebijakan oleh masyarakat sipil adalah jaminan bahwa kebijakan tersebut relevan, solid, komprehensif, dapat ditegakkan, dihormati, dan merangkul semua.

#### 6. Tekanan eksternal

Tekanan dan aktor eksternal, yang terdiri dari organisasi internasional dan regional, organisasi non-pemerintah dan lainnya berkontribusi pada perumusan kebijakan melalui pengaruh mereka sendiri; penyediaan informasi dan data; penyediaan bantuan teknis; dan penyebaran filosofi dan kisah sukses di negara dan wilayah lain. Di antara yang paling berpengaruh, sumber eksternal kebijakan pemerintah adalah para donor, melalui keahlian, bantuan, dan teknologinya (Marume, 2016).

Pembuatan kebijakan dalam kerangka politik luar negeri suatu negara merupakan tindakan atau sikap yang diambil oleh negara sebagai respon terhadap dinamika yang terjadi di luar negaranya. Negara-negara seperti Jepang memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai yang dapat disebut sebagai kepentingan nasional.

Dan begitu juga seperti negara-negara lainnya, Jepang dihadapkan pada lingkungan internal dan eksternal dalam perumusan kebijakannya. Pencapaian tujuannya bergantung pada lingkungan ini. Oleh karena itu, faktor-faktor ini dapat menghambat ataupun mempermudah negara dalam pencapaian kepentingan nasionalnya. Dalam penulisan skripsi ini, konsep analisis kebijakan akan digunakan untuk menganalisa faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pembuatan kebijakan oleh pemerintah Jepang terkait pengembangan *halal tourism* di negaranya.

### **C. Konsep Halal Tourism**

Perkembangan pariwisata menyebabkan banyaknya kunjungan wisatawan ke destinasi pariwisata tertentu. Hal ini mendorong wisatawan untuk beralih ke destinasi wisata lain, yang mengarah pada pergeseran minat dari wisata massal ke wisata minat khusus untuk mendapatkan pengalaman dari aktivitas tertentu di destinasi yang akan dikunjungi (Fandeli, 2002).

Polarisasi budaya dan praktik keagamaan umat islam menjadi faktor yang menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi yang selama ini terkenal dengan wisata religi (Jaelani, Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects, 2017). Wisata religi berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi Islam, menjadi wisata syariah dan dalam beberapa tahun terakhir telah bergeser ke wisata halal atau *halal tourism*.

*Halal Tourism* atau yang sering diistilahkan sebagai *Muslim Friendly Tourism*, merupakan konsep baru dalam industri pariwisata yang membuka peluang

baru dan menarik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Battour & Ismail, 2016). Islam memberikan pedoman dalam setiap tingkah laku kehidupan manusia. Pariwisata, yang merupakan segmen vital dalam sektor perekonomian, tidak terkecuali.

Definisi pariwisata yang diberikan oleh UNWTO meliputi aspek target konsumen, destinasi, tujuan perjalanan, serta produk dan jasa yang ditawarkan. Demikian pula, sejumlah ahli telah mendefinisikan *halal tourism* dengan definisi yang berbeda setelah mempertimbangkan berbagai aspek bersama dengan hukum Islam.

Sebagai contoh, Jafari dan Scott (2014), mendefinisikan *halal tourism* sebagai bentuk wisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sehubungan dengan hukum dalam syariat Islam dan persyaratannya (Jafari & Scott, 2014). Carboni et al. (2014) menyebutkan wisata halal sebagai “pariwisata yang sesuai dengan Islam, melibatkan orang-orang beragama Islam yang tertarik untuk menjaga kebiasaan keagamaan mereka selama berwisata”. Definisi ini mempertimbangkan hukum Islam, target konsumen (Muslim), dan lokasi kegiatan, tetapi produk dan layanan yang ditawarkan (makanan, fasilitas) diabaikan (Carboni, Perelli, & Sistu, 2014).

Sejalan dengan definisi sebelumnya, Zamani dan Henderson (2010) mendefinisikan *halal tourism* sebagai produk industri perjalanan wisata bagi wisatawan muslim hanya dalam budaya muslim. Definisi tersebut tidak mempertimbangkan hukum syariah dan menyatakan bahwa *halal tourism* dapat diperluas untuk menargetkan konsumen non-Muslim juga (Zamani & Henderson, 2010).

Sebuah studi oleh WTM (2007) memandang *halal tourism* sebagai wisata religi yang menitikberatkan pada hukum syariah yang harus dipertahankan terkait setiap tindakan dalam bisnis pariwisata (WTM, 2007). Sebaliknya, Henderson (2009), Javed (2007), dan Shakiry (2006) dalam studinya mengklaim bahwa wisata halal berada di luar batasan agama dan dapat menjadi bentuk wisata yang tidak bertentangan dengan hukum syariah (Henderson J. C., 2009; Javed, 2007; Shakiry, 2006).

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat terlihat bahwa konsep *halal tourism* memiliki beragam perbedaan dalam pemaknaannya oleh para ahli. Perbedaan ini meliputi pandangannya dalam hukum islam, target sasaran (Muslim atau non Muslim), lokasi kegiatan (karakter destinasi), produk dan layanan yang ditawarkan (makanan, fasilitas), dan tujuan perjalanan.

Namun, dalam penelitian dalam tulisan ini, penulis akan menggunakan definisi *halal tourism* yang telah dirangkum oleh Battour (2016), dimana ia menyingkat definisi *halal tourism* sebagai:

*“any tourism object or action which is permissible according to Islamic teachings to use or engage by Muslims in tourism industry (Battour & Ismail, 2016).”*

Definisi tersebut mempertimbangkan hukum syariat Islam sebagai dasar untuk menyampaikan produk dan layanan pariwisata kepada target pelanggan yang sebagian besar beragama Islam, seperti hotel halal (hotel yang sesuai syariah), resor halal, restoran halal, dan perjalanan halal. Definisi ini juga mengklaim bahwa lokasi aktivitas wisata tidak terbatas pada negara muslim. Oleh karena itu, wisata halal dalam definisi ini memasukkan layanan dan produk yang dirancang untuk wisatawan

muslim, baik di negara muslim maupun non-Muslim. Selanjutnya, definisi tersebut juga menganggap bahwa tujuan dari perjalanan yang dilakukan belum tentu bersifat religius (Battour & Ismail, 2016).

Pengembangan *halal tourism* diawali dengan wisata religi. Wisata religi dalam Islam memiliki beberapa indikator yaitu konsep budaya yang berkaitan dengan pariwisata Islam (Al-Hamarneh, 2011). Salah satu bentuk pariwisata tertua dalam wisata religi adalah perjalanan ziarah ke tempat-tempat suci di negara Islam (Hassan, 2007). Dalam hal ini terdapat dua tujuan kegiatan yaitu religi dan pariwisata. Perjalanan religi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan spiritual, diantaranya melalui amalan ziarah sebagai bagian dari aspek pariwisata (Jaelani, Islamic Tourism Development in Cirebon: The Study Heritage Tourism in Islamic Economic Perspective, 2016), sedangkan tujuan dari perjalanan wisata adalah untuk bersenang-senang.

*Halal Tourism* berkembang sebagai hasil dari aktivitas perjalanan Muslim, termasuk untuk tujuan perdagangan (Pew Research Centre, 2015). Sejarah menunjukkan beberapa contoh turis Muslim terkenal yang melakukan perjalanan ke 44 negara modern, yaitu Ibn Battuta dan Ahmed Ibn Majid (THE MIDDLE EAST MAGAZINE, 2013).

Perjalanan yang dilakukan oleh muslim tidak hanya untuk bisnis tetapi juga untuk tujuan spiritual. Perjalanan spiritual dengan melakukan ibadah haji atau umrah bagi umat Islam telah mendorong tumbuhnya pariwisata halal (Haq & Ho, 2010). Dalam perjalanan ini, umat Islam membutuhkan produk halal, sementara beberapa wisatawan Muslim mengeluhkan sulitnya mencari produk halal di negara non-

Muslim (Mukhtar & Butt, 2012). Kondisi ini mendorong banyak negara untuk menyediakan produk bersertifikat halal, baik berupa makanan, akomodasi, maupun fasilitas lainnya.

Pada tahun 1981, negara-negara anggota Organisasi Kerjasama Islam (OKI) membahas upaya mengembangkan komunikasi dan pariwisata pada Konferensi Tingkat Tinggi Islam ketiga di Mekkah (Komalasari, 2017). Pada tahun 1994, Komite Kerjasama Ekonomi dan Komersial Organisasi Kerjasama Islam (COMCEC) meluncurkan studi serius tentang pariwisata.

Perhatian negara OKI terhadap perkembangan pariwisata internasional sempat stagnan dan mulai bangkit kembali pada tahun 2000. Pada tahun tersebut, *halal tourism* menjadi topik pembicaraan penting dan mendorong perkembangan pariwisata ramah muslim di berbagai negara (Musa, Ali, & Moghavvemi, 2015). OKI berhasil memperjuangkan dan mempromosikan standar halal, sehingga penawaran wisata halal muncul dalam berbagai variasi dan bentuk pelayanan yang sesuai dengan segmentasinya, termasuk *Muslim Friendly Tourism* (MFT) (Komalasari, 2017).

Wisatawan muslim menyediakan segmen pasar yang berkembang dan sangat mendukung pertumbuhan pariwisata halal, yang sangat populer dalam beberapa dekade terakhir (Cankurtaran & Cetin, 2016). Salah satu faktor utama yang mempengaruhinya adalah pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia yang pesat dan stabil. Berdasarkan data dari Pew Research Center, ada sekitar 1,8 miliar Muslim secara global pada tahun 2015 dan angka ini diperkirakan mencapai 3 miliar pada tahun 2060, sekitar 31,1% dari total populasi dunia (Lipka & Conrad, 2017).

Menurut laporan Global Islamic Economy Report 2018/19, pada tahun 2017, Muslim di seluruh dunia menghabiskan USD 2,1 triliun di sektor gaya hidup; USD 177 miliar pada sektor perjalanan; USD 1,3 triliun di segmen makanan dan minuman; USD 270 miliar pada pakaian; USD 87 miliar di bidang farmasi; dan USD 61 miliar di kosmetik (Thomson Reuters & Dinar Standar, 2018). Meningkatnya jumlah konsumen Muslim telah meningkatkan perhatian pasar global untuk mengalihkan minat komersial mereka ke industri halal untuk memenuhi permintaan akan ukuran dan pertumbuhan populasi Muslim.

Belakangan ini, konsumen Muslim di seluruh dunia lebih sensitif dalam menyeleksi produk dan layanan akan digunakan agar sesuai dengan syariah. Oleh karena itu, untuk memahami perilaku dan keinginan wisatawan Muslim, pemasar destinasi perlu memahami sisi permintaan atau *demand*, kebutuhan wisatawan Muslim dalam konteks *halal tourism*. Berikut ini adalah beberapa hal penting yang harus diperhatikan oleh *stakeholders* untuk menarik wisatawan Muslim dan mewujudkan wisata halal di suatu destinasi:

1. Hotel halal dan ramah Muslim

Dalam beberapa tahun terakhir, terlihat bahwa jumlah hotel syariah meningkat di beberapa destinasi Muslim dan non-Muslim. Beberapa negara destinasi mempromosikan hotel ini dan mengklaim sebagai hotel ramah muslim yang sesuai syariah (Carboni, Perelli, & Sistu, 2014). Ketersediaan hotel ramah muslim dianggap salah satu faktor terpenting yang menarik wisatawan Muslim dan mendorong mereka untuk

mengunjungi destinasi tersebut. Fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan Muslim di antaranya:

#### 1.1 Kamar hotel ramah Muslim:

- a. Salinan Al-Qur'an
- b. Arah Kiblat
- c. Sajadah
- d. Jadwal Shalat
- e. TV dengan acara yang ramah keluarga
- f. Minuman bebas alcohol di kulkas
- g. Toilet yang menyediakan air mengalir untuk bersuci

#### 1.2 Layanan hotel ramah Muslim:

- a. Makanan/dapur bersertifikat halal
- b. Staf terlatih yang memahami kebutuhan umat Muslim
- c. Staf wanita untuk tamu wanita
- d. Sesi khusus untuk wanita di kolam renang / *gym*
- e. Ruang ibadah (masjid/mushalla)
- f. Layanan dan fasilitas Ramadhan (Battour & Ismail, 2016)

## 2. Makanan Halal

Ketersediaan makanan dan minuman halal sangat penting untuk destinasi yang menargetkan wisatawan Muslim. Saat ini, hal yang umum bagi

wisatawan Muslim untuk meminta makanan dan minuman halal ketika mereka mengunjungi destinasi non-Muslim (Fazira, 2015).

Ketersediaan makanan halal di tempat tujuan memungkinkan wisatawan Muslim untuk merasakan kuliner local yang terkenal namun tetap mengikuti aturan kepercayaannya, serta akan memotivasi mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut.

### 3. Sertifikasi Halal

Ke-halal-an suatu produk dapat terjamin dengan adanya sertifikasi halal. Sertifikasi halal akan memberikan kepercayaan bagi konsumen Muslim dan mengurangi kemungkinan skeptisisme (Mukhtar & Butt, 2012). Pemangku kepentingan meyakini bahwa sertifikasi halal sangat penting bagi industri dan memberikan keuntungan karena permintaan konsumen meningkat, sehingga istilah ‘halal’ banyak digunakan di berbagai fasilitas dan jasa pariwisata yang disebut *halal-ification* dalam pariwisata (Marzuki, Hall, & Ballantine, 2012).

### 4. Aplikasi telepon ramah Muslim

Salah satu praktik terkini dalam industri *halal tourism* adalah menyediakan aplikasi *smartphone* yang menjadikan liburan menyenangkan dan ramah Muslim. Aplikasi ini diharapkan dapat membantu pengunjung untuk menemukan hotel dan pusat perbelanjaan dengan mushala dan restoran yang menyediakan ketersediaan makanan halal (Battour & Ismail, 2016).

Stephenson (2014) juga melaporkan bahwa beberapa aplikasi ramah Muslim untuk *smartphone* sudah mulai tersedia, seperti ‘HalalTrip’ dan ‘MuslimPro’. Aplikasi ini berguna untuk menemukan produk dan layanan perhotelan yang ramah muslim, seperti hotel, panduan destinasi, paket liburan, panduan bandara dan restoran halal (Stephenson, 2014). Negara non-Muslim yang menjadi target wisatawan Muslim diharapkan akan mengembangkan aplikasinya sendiri untuk menjadikan negara tersebut ramah Muslim.

#### 5. Bandara ramah Muslim

Bandara ramah Muslim baru-baru ini menjadi salah satu praktik terbaik untuk memuaskan wisatawan Muslim. Sebagai contoh, Bandara Kansai di Jepang telah menjadi salah satu bandara yang ramah muslim. Bandara ini telah menyediakan tiga mushala yang terbagi di beberapa lokasi di dalam bandara. Mushala ini buka 24 jam, dan dipisahkan berdasarkan jenis kelamin serta menyediakan *washing space* untuk berwudhu. Fasilitas lain yang tersedia adalah alat shalat yang disewakan dan arah kiblat. Selain itu, di Bandara Kansai juga sudah terdapat beberapa restoran yang menyediakan makanan halal (The National, 2014).

Menggunakan ketersediaan bandara ramah Muslim sebagai alat promosi untuk menarik wisatawan Muslim adalah pilihan terbaik untuk meningkatkan wisatawan Muslim yang berkunjung ke sebuah destinasi.

#### 6. Fasilitas dan layanan perawatan kesehatan halal

Salah satu pasar yang berkembang bagi pelancong Muslim adalah bepergian untuk perawatan kesehatan. Oleh karena itu, mengembangkan fasilitas dan layanan kesehatan halal bagi wisatawan Muslim menjadi salah satu faktor penarik untuk mengunjungi destinasi tersebut. Beberapa fasilitas yang termasuk dalam layanan kesehatan halal di antaranya adalah dokter dan perawat dengan jenis kelamin yang sama dengan pasien, pengobatan halal (sebisa mungkin), ruang ibadah, arah kiblat, ketersediaan makanan halal, dan toilet ramah air (COMCEC Coordination Office, 2016).

Meningkatnya aksesibilitas informasi pariwisata halal juga mempengaruhi pertumbuhan pasar wisata Muslim. Teknologi canggih seperti *smartphone* dan ketersediaan internet membantu wisatawan Muslim dalam merencanakan perjalanan mereka dengan mudah. Selain itu, banyak destinasi mulai menyesuaikan produk dan layanannya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.

GMTI 2019 menunjukkan bahwa destinasi non Muslim telah meningkatkan fasilitas mereka untuk menciptakan lingkungan yang ramah Muslim dan meningkatkan peringkat mereka dengan lebih cepat (Mastercard-CrescentRating, 2019).

Namun demikian, terdapat beberapa tantangan dalam mengembangkan dan memasarkan *halal tourism*. Menurut Battour dan Ismail (2016) pemasaran *halal tourism* tidak mudah karena tuntutan dan wisatawan Muslim dan non-muslim bervariasi. Beberapa wisatawan non-Muslim mungkin memutuskan untuk tidak

bepergian ke destinasi tertentu dengan pertimbangan bahwa keramahan halal tidak memberikan layanan atau produk yang diinginkan.

Karena ada variasi dalam permintaan wisatawan Muslim dan non-Muslim, *halal tourism* dapat dilihat sebagai kendala dalam pengembangan perencanaan pariwisata. Oleh karena itu, untuk memastikan saling pengertian dan kebutuhan wisatawan Muslim dan non-Muslim, perencanaan dan desain industri pariwisata harus sangat komprehensif untuk mencari cara untuk menghadapi tantangan ini.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh pemerintah negara non-Muslim dalam mengembangkan *halal tourism* di negaranya adalah tantangan dari *stakeholder* pengembang pariwisata di negaranya. Alasan utama di balik tantangan tersebut adalah *profit based policy* yang diterapkan oleh para pengembang pariwisata ini, dimana konsekuensi terbesar yang tidak dapat dihindari adalah hilangnya sejumlah besar wisatawan non-Muslim, hal ini tentu saja berdampak langsung pada profit perusahaan. Para pengembang pariwisata khawatir apabila praktik perhotelan halal sesuai hukum Islam diterapkan, layanan yang diberikan otomatis akan terbatas, dan dengan demikian membuat wisatawan non-Muslim menjauh (Battor, Ismail, & Battour, 2010).

Selain itu, beberapa umat Muslim melakukan perjalanan untuk mempelajari dan merasakan budaya yang tersedia di negara-negara tersebut. Misalnya, orang Malaysia yang melakukan perjalanan sendiri ke kota-kota kecil di Jepang untuk merasakan budaya tradisional Jepang. Namun, kesadaran akan kebutuhan wisatawan Muslim masih tidak diakui di kota-kota kecil dan terpencil itu.

Singkatnya, para pemasok pariwisata memiliki kesadaran yang rendah tentang konsep halal, misalnya cara menyiapkan makanan halal yang tepat tidak dididik kepada mereka. Hal ini dapat mengurangi kemungkinan wisatawan Muslim untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut. Dengan demikian, meningkatkan kesadaran akan *halal tourism* khususnya di kalangan pemasok pariwisata tidak dapat disangkal akan memotivasi dan menarik lebih banyak umat Islam untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut tanpa ragu (Samori, Salleh, & Khalid, 2016)

Di sisi lain, kendala bahasa juga menjadi salah satu tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan *halal tourism*. Masyarakat lokal berbicara dan berkomunikasi menggunakan bahasa ibu mereka dan masih minim pengetahuannya dalam menggunakan bahasa internasional. Kesulitan muncul bagi wisatawan baik Muslim maupun non-Muslim dalam memperoleh informasi mengenai destinasi yang dikunjungi, transportasi, bahkan dalam berkomunikasi dengan masyarakat setempat.

Kesulitan komunikasi akan memicu para pelancong untuk memilih destinasi wisata lain yang menawarkan kemudahan berkomunikasi atau dalam mencari informasi. Oleh karena itu, semua informasi untuk wisatawan harus disediakan dalam bahasa Inggris di media apapun yang dapat dijangkau seperti media sosial, *website travel*, dan juga aplikasi seluler, termasuk aplikasi ramah muslim (Battour & Ismail, 2016).

Secara singkat, strategi dalam pengembangan *halal tourism* meliputi pengelolaan akomodasi ramah muslim, sarana transportasi, makanan dan minuman halal, sertifikasi halal, aplikasi telepon/*website* reservasi paket wisata ramah muslim, dan penerimaan oleh masyarakat lokal terkait pengembangan *halal tourism*.

*Halal tourism* merupakan cara berwisata dengan menikmati kearifan lokal destinasi yang dikunjungi, namun tetap mengikuti aturan dan larangan dalam hukum Islam. Segmen pasar *halal tourism* saat ini terus berkembang dan berpotensi besar menjadi pendukung pembangunan ekonomi masyarakat setempat.

#### **D. Literature Review**

Penelitian yang penulis lakukan berjudul “Strategi Diplomasi Publik Jepang dalam pengembangan *Halal Tourism*”. Adapun kesamaan tema yang penulis baca sebelumnya yaitu sebagai berikut:

1. Judul/Tahun: “Upaya Pemerintah Jepang Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Indonesia Ke Jepang (2012-2016)” / 2018

Ditulis Oleh: Alfath Adeja

Universitas: Universitas Andalas

Penelitian ini berupaya menganalisa upaya pemerintah Jepang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang guna memajukan sektor pariwisatanya. Penelitian ini menggunakan konsep *role of government in tourism* yang digagas oleh C. Michael Hall.. Penelitian ini menggunakan rumusan masalah “Bagaimana upaya pemerintah Jepang dalam meningkatkan jumlah wisatawan Indonesia ke Jepang (2012-2016)”. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Jepang untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga membahas keberhasilan Jepang dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan muslim dari Indonesia.

Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Role of Government in Tourism*.

2. Judul/Tahun: “Strategi Jepang Menggunakan *Muslim Friendly* Untuk Menarik Wisatawan Muslim (2013 – 2018) / 2020

Ditulis Oleh: Nasywa Amalia

Universitas: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Penelitian ini menjelaskan tentang apa saja alasan dari Jepang dalam menerapkan *halal tourism* di negaranya pada tahun 2013-2018. *Halal tourism* merupakan konsep baru dalam industri pariwisata, banyak negara di dunia yang menyadari pasar halal ini adalah pasar yang menjanjikan bagi perekonomian negara. Jepang sebagai negara yang ingin menjadikan industri pariwisata sebagai motor penggerak perekonomian, berusaha berinovasi dalam bidang pariwisatanya, Jepang menerapkan *halal tourism* karena demi memenuhi tuntutan dari masyarakat Muslim Jepang dan agar memenuhi kebutuhan wisatawan asing Muslim yang datang ke Jepang. Penelitian ini menggunakan beberapa teori dan konsep sebagai landasan berpikir, yaitu teori pembuatan keputusan dan konsep diplomasi ekonomi.

Melihat penelitian di atas tentu dapat diketahui bersama bahwa terdapat persamaan kasus dan lokasi yang akan penulis angkat dalam penelitian kali ini, yaitu strategi Jepang dalam mengembangkan diri sebagai negara yang ramah muslim untuk menarik kunjungan wisatawan, khususnya wisatawan muslim ke negaranya. Namun, tentu penulis memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah, penulis mengangkat “Strategi Diplomasi Publik Jepang dalam Pengembangan *Halal*

*Tourism*”. Skripsi ini akan membahas bagaimana strategi Jepang dalam mengembangkan *halal tourism* dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan *halal tourism* di Jepang.

Penulis akan menggunakan tiga konsep sebagai landasan berpikir yang tentunya cukup berbeda dengan penelitian terdahulu, diantaranya yaitu konsep diplomasi publik, konsep analisis kebijakan, dan konsep *halal tourism*.