

**STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN  
MELALUI *KOREAN HALAL FOOD* TAHUN 2015-2018**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana (S-1) Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun Oleh:**

**VEBY AULIA RAHMA**

**07041381621117**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
PALEMBANG**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**  
**STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN**  
**MELALUI *KOREAN HALAL FOOD* TAHUN 2015-2018**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**VEBY AULIA RAHMA**  
**07041381621117**

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing

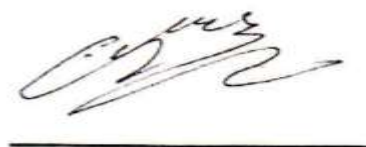
**Pembimbing I**

**Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.**  
**NIP 196504271989031003**



**Pembimbing II**

**Muhammad Yusuf Abror, S.I.P., M.A.**  
**NIP 199208272019031005**



Mengetahui,  
Ketua Jurusan,  
  
**Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.**  
**NIP 196504271989031003**



**HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI**  
**STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN MELALUI**  
**KOREAN HALAL FOOD TAHUN 2015-2018**  
**SKRIPSI**

Disusun Oleh:  
**VEBY AULIA RAHMA**  
07041381621117

Telah Dipertahankan di Depan Penguji  
Pada Tanggal 27 Mei 2021  
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

**TIM PENGUJI SKRIPSI**

Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.  
Ketua



Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA  
Anggota



Drs. Djunaidi, M.S.I., S  
Anggota



Sari Mutiara Aisyah, S.IP., MA  
Anggota



Palembang, 27 Mei 2021

Mengesahkan,  
Dekan.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si.

NIP. 196311061990031001

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS


Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Veby Aulia Rahma  
NIM : 07041381621117  
Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Gastrodiplomasi Korea Selatan Melalui *Korean Halal Food* Tahun 2015-2018” ini adalah benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, April 2021



Veby Aulia Rahma  
NIM. 07041381621117

## **MOTTO**

*“You only live once. Do everything you like, but remember 2 things;  
God and Your Parents”*

## **PERSEMBAHAN**

Untuk :

Bapak Rudi Amzar  
Dan  
Ibu Lindrawati

## INTISARI

Adanya kunjungan wisawatan Muslim mancanegara ke Korea Selatan yang cukup stabil serta kenaikan populasi umat Muslim setiap tahunnya membuat *Halal Food* kembali dilirik dan menjadi tren di dunia. Hal ini pada akhirnya membuat pemerintah Korea Selatan ingin menjadikan *Halal Food* sebagai instrumen baru di negaranya. Skripsi ini menganalisis bagaimana strategi gastrodiplomasi Korea Selatan melalui *Korean Halal Food* tahun 2015 - 2018. Di mana pada penelitian ini peneliti melihat bahwa pemerintah Korea Selatan memiliki keinginan untuk meningkatkan potensi *Halal Food* di Korea Selatan dengan menggunakan berbagai strategi gastrodiplomasi agar umat Muslim di berbagai negara percaya terhadap jaminan Halal di Korea Selatan. Penelitian ini menggunakan konsep *Soft Power* dari Joseph Nye (1990) dan konsep gastrodiplomasi dari Paul Rockwer (2011). Dengan metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif yaitu data-data yang berasal dari buku, jurnal, website resmi, dokumen resmi, dokumen pribadi, catatan resmi, berita, dan dokumen-dokumen lainnya. Hasil dari penelitian ini ialah menjelaskan berbagai strategi gastrodiplomasi melalui *Halal Food* yang telah dilakukan pemerintah Korea Selatan pada tahun 2015 - 2018 diantaranya melalui kerjasama dengan organisasi Internasional terkait sertifikasi Halal, penggunaan *event* dengan tema ramah Muslim, penggunaan *Leader Opinion*, penggunaan media, serta pembangunan fasilitas umat Muslim di Korea Selatan.

**Kata Kunci:** Gastrodiplomasi, Halal Food, Korea Selatan.

**Pembimbing I**



Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.

NIP. 196504271989031003

**Pembimbing II**



Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA.

NIP. 199208272019031005

Palembang, 27 Mei 2021

Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



Dr. H. Azhar., SH., M.Sc., LL.M., LL.D.

NIP. 196504271989031003

## ABSTRACT

*The presence of foreign Muslim tourist visits in South Korea which is quite stable and the increasing Muslim population every year has made Halal Food ogled and become a trend in the world. This ultimately makes The Government of South Korea want to make Halal Food as a new instrument in its country. This thesis analyzed how South Korea's gastrodiplomacy strategy by Korean Halal Food in 2015 - 2018. This reasearch saw The Korea's Government has desire for increasingthe potention of Halal Food by using various gastrodiplomacy strategies so that Muslims in various countries believe in guarantees Halal in South Korea. This research used concept of Soft Power by Josept Nye (1990) and concept of gatrodiploamacy by Paul Rockwer (2011). The method was used descriptive qualitative by using datas from books, journal, official websites, official documents, personal documents, notes, and other documents. This research explained This research explained various gastrodiplomacy strategies which has done by Government of South Korea by using Halal Food in 2015-2018 including trough collaboration by using event, cooperating with international organization, using Leader Opinion, using media, and building facilities for Muslims in South Korea.*

**Keyword : Gastrodiplomacy, Halal Food, South Korea.**

*Advistor I*



Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.

NIP. 196504271989031003

*Advistor II*



Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA.

NIP. 199208272019031005

Palembang, 23 May 2021

*Head of Department of International Relations Science*

*Faculty of Social Science and Political Science*

*Sriwijaya University*



Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D

NIP. 196504271989031003

## KATA PENGANTAR

Rasa puji dan syukur penulis utarakan yang setinggi-tingginya kepada Allah SWT, Karena hanya atas ridha-Nya dan kemudahan-kemudahan yang diberikan-Nya-lah skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam juga penulis haturkan kejunjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah berkorban dan membawa kita melewati zaman kegelapan sehingga kita semua bisa merasakan nikmat Islam sampai hari ini.

Skripsi ini merupakan upaya penulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana dalam program studi Ilmu Hubungan Internasional pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya, dengan judul : **“STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN MELALUI KOREAN HALAL FOOD TAHUN 2015 - 2018”**. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna kelak dikemudian hari terutama bagi rekan-rekan akademis.

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa selama proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang sudah mendukung dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan serta kesehatan kepada penulis tiada hentinya, sehingga penulis bisa tetap semangat untuk mengerjakan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Azhar SH., M.Sc., LL.M., LL.D. selaku dosen pembimbing 1 yang selalu mengingatkan, mendukung, membantu dan member doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.



3. Bapak Muhammad Yusuf Abror, S.IP., M.A. selaku dosen pembimbing 2 yang selalu mengingatkan, mendukung, membantu dan member doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Sari Mutiara Aisyah S.IP., M.A dan Alm. Bapak Drs. Nazirwan Rivai M.Si selaku *role model* serta dosen yang membuat penulis menemukan kesenangan dalam belajar selama menempuh perkuliahan.
5. Kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Rudi Amzar dan Ibunda Lindrawati yang selalu memberikan doa serta dukungan yang sangat tulus kepada penulis hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Adik sepupu tersayang, Deri Rizki Ramadhan dan Nadia Putri Ramadani yang selalu menghibur penulis saat menghadapi kesulitan
7. Puja Astarika selaku sahabat yang menjadi tempat penulis berkeluh kesah dan selalu memberikan semangat yang membangun sekaligus menjadi partner belajar terbaik penulis selama masa perkuliahan ini, *I'm so lucky to know you gurl.*
8. Safura Hanifah, Irfan Primadi, Dia Permata Sari, Citra Ismi Fadilla yang selalu memberikan informasi kepada penulis terkait perkuliahan dan membantu serta menghibur penulis disaat penulis memiliki kesulitan.
9. *My 24/7*, Fanny Gilang Hernawan sebagai salah satu *support system* terbaik penulis saat ini.
10. Riyan Adiputra, Alex Saputrah, Firda Nur Utami, dan Cyeolo selaku sobat goid yang merangkap menjadi *Human Diary* penulis, *Let's meet in real life bruh!*
11. Teman-Teman seperjuangan angkatan 2016 Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya

12. Jajaran staf fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

13. *Least but not last*, teruntuk diri saya sendiri, terima kasih sudah menjadi kuat dan bertahan selama ini, *Well done kiddo, Proud of you!*

Akhir kata penulis sangat berterima kasih banyak, semoga skripsi ini akan berguna serta menambah wawasan lebih luas.

Palembang, April 2021

Veby Aulia Rahma  
07041381621117

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>INTISARI</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	xvi

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	8
1.6 Kerangka Konseptual .....	12
1.6.1 Konsep <i>Soft Power</i> .....	12
1.6.2 Gastrodiplomasi.....	13
1.6.3 Alur Pemikiran .....	16
1.7 Argumen Utama .....	16
1.8 Metode Penelitian.....	17

1.8.1 Desain Penelitian .....	17
1.8.2 Definisi Konsep .....	17
1.8.3 Fokus Penelitian .....	19
1.8.4 Unit Analisis .....	20
1.8.5 Jenis dan Sumber Data .....	20
1.8.6 Teknik Pengumpulan Data .....	20
1.8.7 Teknik Keabsahan Data.....	21
1.8.8 Teknik Analisa Data .....	21
1.8.9 Jadwal Penelitian .....	22
1.9 Sistematika penelitian.....	22

## **BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

2.1 <i>Halal Food</i> di Korea Selatan .....	25
2.2 Perkembangan Muslim di Korea Selatan .....	28
2.3 Fenomena <i>Korean Wave</i> Dalam Perkembangan <i>Korean Halal Food</i> .....	32

## **BAB III PEMBAHASAN**

3.1 Menjalin Kerjasama dengan Lembaga Sertifikasi Halal .....	41
3.2 Penyelenggaraan <i>Event</i> “Ramah Muslim” .....	47
3.2.1 <i>Halal Restaurant Week</i> .....	47
3.2.2 <i>Halal Expo Korea</i> .....	48
3.3 Membangun Fasilitas Umat Muslim di Korea Selatan.....	50
3.3.1 Menyediakan restoran ramah Muslim .....	50
3.3.2 Membangun fasilitas ibadah bagi umat Muslim.....	55
3.3.3 Membuat buku panduan bagi wisatawan Muslim .....	56
3.3.4 Aplikasi Halal Korea .....	57
3.4 Penggunaan Media dan <i>Leader Opinion</i> .....	58

**BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

4.1 Kesimpulan.....61

4.2 Saran .....62

**DAFTAR PUSTAKA .....63**

**LAMPIRAN .....68**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tinjauan Pustaka .....	8
Tabel 1.2 Fokus Penelitian .....	19
Tabel 3.1 Restoran-Restoran Bersertifikat Halal di Seoul, Korea Selatan .....	51
Tabel 3.2 <i>Halal Restaurant</i> Dalam Standar KTO di Seoul, Korea Selatan.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sensus Penduduk Agama di Korea Selatan .....	5
Gambar 1.2 Logo Katagori Makanan Halal di Korea Selatan.....	6
Gambar 2.1 Kunjungan Turis Muslim ke Korea Selatan Tahun 2012-2014.....	27
Gambar 2.2 Korean Muslim Federation .....	30
Gambar 2.3 Drama Korea (DOTS).....	33
Gambar 2.4 Grup <i>Idol</i> K-pop (EXO).....	35
Gambar 2.5 Korean Food .....	36
Gambar 3.1 Penandatanganan MoU Korea Selatan dengan UEA.....	41
Gambar 3.2 Sertifikat Halal KMF .....	45
Gambar 3.3 <i>Halal Restaurant Week</i> .....	47
Gambar 3.4 <i>Halal Expo Korea</i> .....	49
Gambar 3.5 Seoul Central Mosque.....	55
Gambar 3.6 Aplikasi Halal Korea .....	58
Gambar 3.7 Drama “Lunch Box” .....	59

## DAFTAR SINGKATAN

ESMA	: <i>Emirates Authority for Standarization and Metrology</i>
JKIM	: <i>Jabatan Islam Kemajuan Malaysia</i>
KFF	: <i>Korean Food Foundation</i>
KFRI	: <i>Korea Food Research Institute</i>
KMF	: <i>Korean Muslim Federation</i>
KMS	: <i>Korean Muslim Society</i>
KOHAS	: <i>Korean Halal Association</i>
KTO	: <i>Korean Tourism Organization</i>
MAFRA	: <i>Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs</i>
MUI	: <i>Majelis Ulama Indonesia</i>
OIC	: <i>Organization of Islamic Cooperation</i>
SMIIC	: <i>The Standars and Metrology Institute for Islamic Countries</i>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini *Halal Food* atau makanan Halal telah berkembang sangat pesat dalam bidang perdagangan pangan serta dilirik oleh berbagai konsumen di berbagai dunia baik negara dengan mayoritas Muslim maupun minoritas Muslim. Hal ini terjadi karena *Halal Food* memiliki kualitas yang tinggi dari bahan dasar makanan maupun pengelolaan makanan Halal itu sendiri yang membuat *Halal Food* pada akhirnya memiliki jaminan kesehatan yang lebih terjamin untuk para konsumen makanan Halal. Untuk mendapatkan sertifikat Halal sebuah perusahaan harus melewati prosedur sertifikasi yang ketat dari sebuah lembaga penyedia sertifikat Halal di sebuah negara. Oleh karena itu, dalam beberapa tahun belakang ini *Halal Food* menjadi begitu populer diberbagai negara di dunia salah satunya adalah Korea Selatan.

Korea selatan merupakan negara yang berhasil mengenalkan budayanya ke dunia Internasional melalui *Korean Wave* yaitu gelombang budaya korea seperti *Korean Pop* dan *Korean Drama*. Salah satu dampak besar yang terjadi akibat dari fenomena *Korean Wave* ialah melalui fenomena *Korean Wave* pemerintah Korea Selatan telah berhasil menarik minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Korea Selatan hal ini terjadi karena *Korean Wave* dapat memberikan pengaruh yang besar kepada penggemarnya untuk menyukai berbagai hal tentang Korea Selatan seperti musik, *life style*, *fashion*, bahkan *Korean Wave* dapat membuat penggemarnya tertarik terhadap masakan maupun makanan khas Korea atau yang lebih dikenal dengan *Korean Food (K-Food)*.

Jae Su Kim Presiden *AT Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corporation* mengatakan “*Makanan Korea Saat ini banyak disukai masyarakat dari berbagai bangsa karena memiliki rasa dan penyajian yang khas serta terbuat dari bahan baku yang baik untuk kesehatan tubuh*” (Bahurekso, 2015). Adanya fenomena *K-Wave* yang mendunia ini, pada akhirnya membuat ketertarikan masyarakat Internasional terhadap masakan ataupun makanan Korea tidak hanya dirasakan oleh masyarakat dengan negara-negara minoritas Muslim saja, namun juga dari masyarakat negara-negara dengan mayoritas Muslim juga memiliki ketertarikan yang sama tingginya terhadap makanan Korea Selatan.

Namun terkait dalam hal makanan, umat Muslim hanya diperbolehkan untuk mengkonsumsi makanan yang Halal saja atau *Halal Food*. Definisi *Halal Food* sendiri ialah makanan yang diperbolehkan atau diizinkan untuk dikonsumsi oleh umat Muslim berdasarkan aturan dalam hukum Islam. Aturan makan di dalam agama Islam yaitu umat Muslim dilarang untuk mengkonsumsi daging babi ataupun daging yang tidak disembelih secara Islami, selain itu umat Muslim juga dilarang memakan makanan maupun meminum minuman yang mengandung alkohol ataupun terdapat jejak alkohol didalamnya, hal ini biasanya di sebut dengan “Halal”. Adapun konsep makanan Halal yang telah ditentukan yang dapat dikonsumsi seorang Muslim serta bagaimana cara makanan itu diproses dan apa keringanan bagi seorang Muslim untuk mengkonsumsi makanan yang tidak Halal sudah di jelaskan berdasarkan firman Allah dalam surat Al-Baqarah : 173

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ بِهِ  
لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ  
رَحِيمٌ

*“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (Al-Baqarah:173)*

Maksud dari ayat di atas makanan yang tidak dapat di konsumsi seorang Muslim adalah bangkai, hewan yang tidak disembelih secara Islami atau tidak menyebut nama Allah, darah yang mengalir, keseluruhan daging babi. Namun apabila dalam keadaan darurat dan tanpa ingin berbuat zalim serta tidak melampaui batas maka seorang Muslim diperbolehkan atau di *Halal*-kan untuk mengkonsumsi makanan tersebut. Adapun 3 dasar makanan Halal dalam syariat Islam diantaranya (Lalu Epol, 2016):

1) Halal secara zatnya.

Dalam Al-Quran dijelaskan, *"Diharamkan bagi kamu sekalian bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang disembelih dengan tidak atas nama Allah, binatang yang tercekik, yang dipukul, yang terjatuh, yang ditanduk, yang diterkam binatang buas kecuali kamu sempat menyembelihnya, dan diharamkan juga bagimu binatang yang disembelih untuk dipersembahkan kepada berhala (QS 5:3)."* yang dapat diartikan semua binatang yang tidak melalui proses penyembelihan secara syariat Islam hukumnya haram untuk di konsumsi

2) Halal cara prosesnya

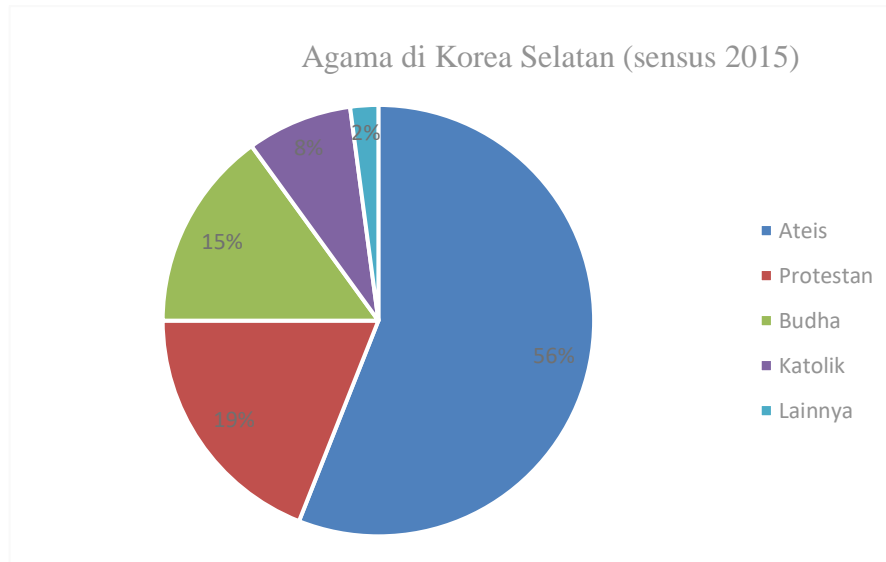
Makanan Halal dapat menjadi Haram jika melalui proses yang salah, berikut proses yang salah yang dapat mengubah makanan Halal menjadi Haram:

- a) Penyembelihan hewan tidak menyebut nama Allah dan tidak menggunakan alat yang tajam waktu proses penyembelihan

- b) Penyembelihan hewan yang dilakukan untuk dipersembahkan kepada berhala
  - c) Darah hewan yang disembelih harus keluar secara tuntas serta urat nadi dan saluran pernafasan hewan harus putus namun tetap dilakukan secara santun dengan menggunakan pisau yang tajam
  - d) Daging hewan yang Haram tercampur dengan bahan yang tidak Halal seperti alkohol
  - e) Semua jenis ikan yang hidup di dalam air merupakan daging yang Halal dikonsumsi walaupun tanpa disembelih
- 3) Halal Cara Memperolehnya,
- maksudnya seorang Muslim harus memperhatikan makanan yang dikonsumsi secara spiritual dan higienis karena Islam memberikan tuntunan agar umat Muslim hanya makan dan minum yang Halal dan *Thoyyib* yaitu makanan yang Bermutu dan tidak membahayakan kesehatan.

Meskipun di dalam agama Islam telah memiliki aturan yang melarang maupun memperbolehkan umat Muslim untuk mengkonsumsi segala sesuatu baik makanan maupun minuman, namun karena besarnya dampak dari fenomena *Korean Wave* masih membuat banyak umat Muslim yang terkena dampak dari fenomena ini berniat dan berkeinginan untuk mencicipi makanan Korea Selatan, padahal banyak dari makanan Korea Selatan yang mengandung bahan yang di Haram-kan dalam Islam selain itu Korea Selatan juga terkenal dengan kuliner daging babi-nya. Hal ini dikarenakan Islam merupakan agama minoritas di Korea Selatan. Menurut sensus nasional pada tahun 2015 mayoritas penduduk Korea Selatan yaitu sebanyak 56% tidak menganut agama tertentu. Sisanya adalah masyarakat yang terbagi dalam kelompok agama Protestan 19%, Buddha 15%, dan Katolik 7,9% dari total populasi (Korean Statistical Information Service, 2015).

**Gambar 1.1 Sensus Pemeluk Agama di Korea Selatan**



Sumber : Korean Statistical Information Service, 2015

Menurut sebuah penelitian agama Islam merupakan agama minoritas di Korea Selatan yang jumlahnya tidak lebih dari 0,2% dari penduduk Korea Selatan yang berjumlah 51,47 Juta pada tahun 2017 (Sasongko, 2017). Meskipun Agama Islam merupakan agama minoritas di Korea Selatan akan tetapi dikarenakan besarnya minat wisatawan Muslim terhadap makanan Korea serta berkembangnya pasar *Halal Food* diberbagai dunia membuat *Halal Food* dilirik kembali sebagai instrumen baru yang menguntungkan oleh pemerintah Korea Selatan. Hal ini disebabkan karena pemerintah Korea Selatan melihat adanya peluang dan kesempatan yang besar terhadap pasar Muslim dalam peluang ekspor produk Halal sebab *State of The Global Islamic Report 2016/17* memprediksi bahwasanya komoditas *Halal Food* mencapai USD 1.088 triliun pada tahun 2014 akan meningkat menjadi USD 1.914 triliun pada tahun 2021. Selain adanya peluang serta kesempatan yang besar terhadap pasar Muslim dalam peluang ekspor produk Halal, pemerintah Korea Selatan juga melihat adanya pertumbuhan kunjungan wisatawan Muslim ke Korea Selatan dari tahun ke tahun yang cukup stabil dan di prediksi akan terus meningkat setiap tahunnya.

Hal ini dipicu karena pada tahun 2015 agama Islam menduduki peringkat kedua sebagai agama terbesar di dunia dengan populasi umat Muslim sebesar 1,8 Miliar yang membentuk sekitar 24% populasi dunia dan diperkirakan populasi umat Muslim akan terus mencapai 2,2 juta pada tahun 2030 (Pew Research Center, 2015).

**Gambar 1.2 Logo katagori makanan Halal di Korea Selatan**



Sumber : KTO, Halal Restaurant in Korea, 2016

Oleh karena itu, pemerintah Korea Selatan akhirnya semakin ingin meningkatkan potensi *Halal Food* di Korea Selatan dengan menggunakan berbagai strategi gastrodiplomasi serta terus meningkatkan promosi, mutu, serta kualitas bahan makanan yang diproduksi oleh Korea Selatan dengan jaminan Halal agar umat Muslim di berbagai negara percaya terhadap jaminan Halal di Korea Selatan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan peneliti angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: *Bagaimana Strategi Gastrodiplomasi Korea Selatan Melalui Korean Halal Food Tahun 2015-2018?*

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini ialah menganalisis bagaimana strategi gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui *Korean Halal Food* tahun 2015-2018.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti dari penelitian ini, ialah sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Dengan dibuatnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kontribusi bagi jurusan Ilmu Hubungan Internasional serta di harapkan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan masukan mengenai strategi gastrodiplomasi melalui *Halal Food* yang dilakukan oleh Korea Selatan.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi gastrodiplomasi yang dilakukan Korea Selatan melalui *Halal Food*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai makanan Halal bagi umat Muslim yang ingin mengkonsumsi makanan Halal Korea karena saat ini *Korean Halal Food* merupakan salah satu alat yang sedang digencar oleh pemerintah Korea Selatan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Muslim mancanegara.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan contoh kepada Indonesia guna meningkatkan kunjungan wisatawan asing terutama negara dengan mayoritas umat Muslim di daerah-daerah dengan minoritas muslim di Indonesia dengan menggunakan *Halal Food* sebagai salah satu instrumen baru.

### 1.5 Tinjauan Pustaka

**Tabel 1.1 Tinjauan Pustaka**

No.	Penelitian Terdahulu	Keterangan
1	Nama peneliti	Riski M Baskoro
	Judul	Konseptualisasi dalam Gastrodiplomasi: <i>Sebuah Diskusi Kontemporer dalam Hubungan Internasional</i>
	Nama Jurnal	Jurnal Insignia Vol 4, No 2 Hal 35-48 President University



	Tahun	2017
	Hasil Penelitian	Pada penelitian ini peneliti memaparkan jika gastrodiplomasi merupakan contoh konkret dari <i>soft power</i> serta gastrodiplomasi merupakan wacana kontemporer yang kemudian terus berkembang dan pada akhirnya menciptakan suasana positif bagi negara yang melakukan gastrodiplomasi.
	Perbandingan	Peneliti lebih memfokuskan analisisnya pada gastrodiplomasi menggunakan makanan Halal sedangkan Riski M Baskoro lebih menjelaskan bagaimana gastrodiplomasi dalam dunia kontemporer.
2	<b>Penelitian terdahulu</b>	<b>Keterangan</b>
	Nama peneliti	Mary Jo A. Pham
	Judul	<i>Food as Communication : A Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy</i>
	Nama Jurnal	<i>Journal of International Service (JIS)</i> Vol 22, No.1 Hal 1-23 School of International Service American University
	Tahun	2013
	Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini menjadikan negara Korea Selatan sebagai studi kasus dari kekuatan menengah yang menggunakan makanan sebagai alat untuk mengkampanyekan diplomasi publiknya, Selain itu menurut Pham gastrodiplomasi bisa mengeksplor wisata kuliner suatu negara dalam upaya untuk kesadaran merek nasional, mendorong investasi ekonomi melalui pariwisata dan perdagangan.
	Perbandingan	Perbandingan kajian pustaka dengan skripsi yang ingin di teliti akan mengkaji tentang bagaimana makanan Halal menjadi salah satu instrumen baru gastrodiplomasi Korea Selatan untuk menarik

		kunjungan wisatawan asing khususnya wisatawan Muslim mancanegara untuk berkunjung ke Korea Selatan.
<b>Penelitian Terdahulu</b>		
3	<b>Penelitian Terdahulu</b>	<b>Keterangan</b>
	Nama peneliti	Eka Dewi Satriana, Hayyun Durrotul Faridah
	Publikasi	Journal of Halal Product and Research (JHPR) Vol. 01 No.02 Hal 1-12 Universitas Airlangga
	Judul	Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan
	Tahun	2018
	Hasil Penelitian	Pada penelitian ini peneliti memaparkan tentang perkembangan umat Muslim yang semakin meningkat setiap tahunnya yang pada akhirnya menjadikan hal ini sebagai sebuah peluang bagi sektor pariwisata untuk mengembangkan wisata Halal namun tantangan yang harus dilewati dalam mengembangkan wisata Halal salah satunya terkait dengan pemasaran.
	Perbandingan	Pada penelitian ini memfokuskan tentang strategi gastrodiplomasi untuk meningkatkan wisatawan Muslim mancanegara di korea selatan sedangkan penelitian yang dilakukan Eka Dewi Satriana dan Hayyun Durrotul Faridah hanya membahas tentang perkembangan peluang dan tantangan wisata Halal di Indonesia.
<b>Penelitian Terdahulu</b>		
4	<b>Penelitian Terdahulu</b>	<b>Keterangan</b>
	Nama peneliti	Atiek Zahrulianingdyah
	Publikasi	Jurnal Teknobuga Vol. 6 No.1 Hal 1-9 Universitas Negeri Semarang

	Judul	Kuliner Sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal
	Tahun	2018
	Hasil Penelitian	Pada penelitian ini peneliti memaparkan bahwasanya Perkembangan dunia wisata saat ini membuka peluang bagi berkembangnya industry pariwisata bidang kuliner di daerah destinasi wisata, baik skala kecil, menengah maupun skala besar (internasional).
	Perbandingan	Peneliti lebih fokus kepada makanan Halal untuk meningkatkan pariwisata sedangkan Atiek Zahrulianingdyah lebih memaparkan makanan lokal untuk meningkatkan citra pariwisata Indonesia.
	<b>Penelitian Terdahulu</b>	<b>Keterangan</b>
	Nama peneliti	Shannon Haugh
	Publikasi	<i>Association of Publik Diplomacy Scholars (APDS)</i>
	Judul	<i>Publik Diplomacy Magazine</i>
	Tahun	2014
	Hasil Penelitian	buku ini berisikan tentang definisi gastrodipomasi baik menurut para ahli maupun perseptif, buku ini juga menyajikan studi kasus mengenai gastrodipomasi yang dilakukan oleh berbagai negara, serta memperjelas konsep gasrodipomasi yang dijabarkan oleh Paul Rockower
5	Perbandingan	Perbandingan kajian pustaka dengan skripsi yang ingin di teliti peneliti ialah buku tersebut hanya membahas tentang konsep gastrodipomasi. Sedangkan, skripsi yang akan di tulis akan membahas tentang gastrodipomasi yang di lakukan oleh Korea Selatan terutama dalam hal makanan Halal. Sehingga peneliti menjadikan buku buku tersebut sebagai bahan

		referensi dalam menggali lebih dalam lagi tentang konsep maupun perfektivitas gastrodiplomasi karena terkait dengan judul penelitian.
--	--	---

## 1.6 Kerangka Konseptual

### 1.6.1 Konsep Soft Power

Menurut Joseph Nye (1990) definisi *Soft Power* ialah kemampuan untuk mendapatkan apa yang sebuah negara inginkan melalui daya tarik tanpa paksaan maupun bayaran. Daya tarik disini dapat berupa politik, kebijakan, maupun budaya dari suatu negara. Ketika kebijakan suatu negara dipandang sah dimata negara lain itu berarti *Soft Power* sebuah negara akan meningkat. Terdapat 3 sumber utama *Soft Power*, yaitu kebijakan domestik, kebijakan luar negeri, dan budaya. Kebijakan domestik melibatkan pembangunan ekonomi di sebuah negara, pendidikan, kesejahteraan sosial, nilai-nilai politik, kebebasan serta hak hak pribadi warga negara. Kebijakan luar negeri sebagai sumber *Soft Power* ialah termasuk kerja sama dengan negara lain, daya tarik di kalangan komunitas internasional, dan keanggotaan dalam berbagai organisasi perdamaian atau amal. Sedangkan, budaya sendiri merupakan salah satu sumber utama dari *Soft Power* yang mencakup bahasa nasional, masakan tradisional dari sebuah negara, semua jenis seni, musik, sejarah, semua jenis tari, dan lain sebagainya (Alexandra, 2014).

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan konsep *Soft Power* untuk melihat bagaimana strategi atau rencana pemerintah Korea Selatan melalui diplomasi kulinernya dikarenakan diplomasi kuliner merupakan bagian dari diplomasi budaya. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya bahwa Korea Selatan telah berhasil mengikatkan potensi *Soft Power*-nya untuk mendapatkan kepentingan negaranya melalui *Korean Wave* atau

kebudayaan Korea terutama melalui musik dan dramanya. Namun berbeda dengan *Korean Pop* maupun *Korean Drama* yang sudah dikenal oleh berbagai negara di dunia, *Korean Halal Food* di Korea Selatan masih berkembang oleh karena itulah pada akhirnya pemerintah Korea Selatan lebih meningkatkan intensitas terhadap *Halal Food* di negaranya. *Korean Halal Food* sendiri diprediksi akan menjadi kekuatan baru dalam *Soft Power* Korea Selatan jika negara-negara Muslim di berbagai negara di dunia percaya bahwa Korea Selatan tidak memiliki hambatan dalam kualitas jaminan Halalnya.

Dalam meningkatkan *Soft Power*-nya terutama dalam bidang makanan Halal, Korea Selatan membuat kebijakan terkait *Korean Halal Food*. Kebijakan-kebijakan tersebut meliputi sertifikasi makanan Halal, pelaksanaan *event* Ramah Muslim, pembangunan fasilitas umat Muslim di dalam negeri demi kenyamanan turis Muslim, serta promosi terkait makanan Halal yang memiliki pesan tersirat bahwa Korea Selatan telah terbuka dengan umat Muslim maupun wisatawan Muslim mancanegara sehingga umat Muslim di berbagai negara akan nyaman untuk berkunjung ke Korea Selatan, karena jika jumlah kunjungan wisatawan Muslim meningkat tentu saja hal ini dapat meningkatkan perekonomian negara Korea Selatan.

### **1.6.2 Gastrodiplomasi**

Dalam dunia kontemporer sekarang muncul sebuah istilah baru dari diplomasi yaitu gastrodiplomasi atau diplomasi melalui makanan yaitu sebuah diplomasi ataupun kampanye publik yang dilakukan dengan menggunakan makanan sebagai elemen utama untuk memberikan pengetahuan akan sebuah budaya kuliner suatu negara kepada negara lainnya yang dapat meningkatkan *Nation Branding* suatu negara yang berhasil melakukan gastrodiplomasi-nya.

Praktik diplomasi publik melalui makanan pertama kali diungkapkan oleh Paul Rockower (Rockower, 2011). Menurut Rockower secara sederhana gastrodiplomasi adalah “*The act of winning hearts and minds through stomachs*” yang dapat diartikan jika pemerintah sebuah negara dapat menggunakan makanan khas negaranya sebagai instrumen untuk melakukan diplomasi. Gastrodiplomasi juga dapat menawarkan akses praktis bagi masyarakat disebuah negara yang tidak memiliki kesempatan untuk melakukan liburan ke suatu tempat namun tetap memiliki peluang untuk mempelajari kebudayaan lain melalui *Sense of Taste* (Baskoro, 2017). Selain itu gastrodiplomasi dapat digunakan untuk memperbaiki ataupun meningkatkan citra negara di dunia Internasional karena gastrodiplomasi bisa mempengaruhi persepsi publik akan suatu negara hal ini diakibatkan karena makanan merupakan bagian vital dari kehidupan manusia.

Selanjutnya, Rockower juga mengkarakteristikkan praktek gastrodiplomasi yaitu sebagai berikut (Rockower, 2011):

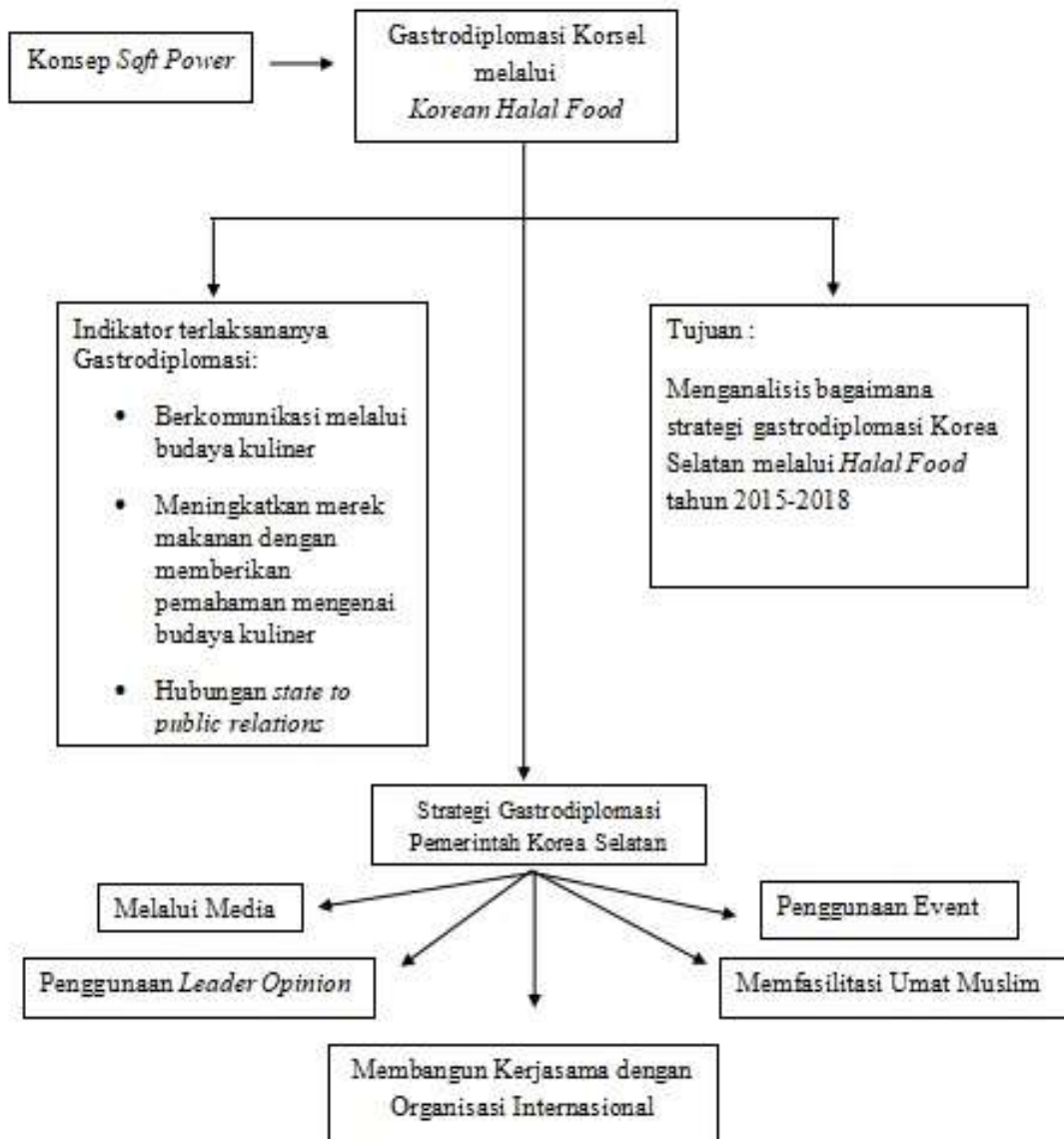
- a. Diplomasi publik yang memiliki fokus mengenai budaya kuliner dengan publik asing secara luas dari pada level elit saja.
- b. Praktek gastrodiplomasi yang berusaha untuk meningkatkan *National Branding* suatu negara dengan melakukan promosi melalui pemahaman budaya kuliner nasional kepada publik asing
- c. Gastrodiplomasi berupa hubungan *State to Public Relations*: Menurut ahli strategi kampanye *Public Relations* Robbitt & Sullivan kampanye gastrodiplomasi memerlukan elemen dasar dari perencanaan strategi komunikasi. Adapun elemen-elemen kampanye gastrodiplomasi yang

telah dikelompokkan menjadi beberapa strategi taktik yaitu sebagai berikut (Rockower, 2011):

- 1) Pemasaran produk
- 2) Penggunaan event
- 3) Membangun kerja sama dengan organisasi di luar negeri
- 4) Menggunakan *Leader Opinion* dalam melaksanakan gastrodiplomasi
- 5) Membangun hubungan melalui media
- 6) Melalui pendidikan

Selain itu, Mary Jo A. Pham juga mendukung pernyataan Rockower dengan menyatakan bahwa gastrodiplomasi dapat menjadi sebuah wadah yang sangat penting bagi suatu negara dengan kekuatan menengah karena jika suatu negara berhasil menggunakan gastrodiplomasi dengan baik hal itu akan memberikan *feedback* berupa citra positif bagi sebuah negara. Kemudian, Pham juga memperluas gagasan Rockower menurutnya gastrodiplomasi dapat digunakan sebagai suatu instrumen baru karena selain gastrodiplomasi dapat memperkenalkan pemahaman terkait budaya kuliner sebuah negara ke dunia Internasional gastrodiplomasi juga dapat meningkatkan investasi baik dibidang perdagangan maupun ekonomi dengan cara mendefinisikan gastrodiplomasi sebagai sebuah usaha yang dilakukan pemerintah dalam membangun kesadaran bangsa terhadap pentingnya *Nasional Branding* sebuah negara.

### 1.6.3 Alur Pemikiran



### 1.7 Argumen Utama

Adanya kesempatan yang besar terhadap pasar muslim dalam peluang ekspor produk Halal serta adanya kenaikan jumlah wisatawan Muslim mancanegara ke Korea Selatan yang cukup stabil maka pemerintah Korea Selatan menerapkan berbagai strategi gastrodiplomasi melalui *Halal Food* seperti bekerjasama dengan lembaga penyedia



sertifikat Halal, membuat *event* yang berkaitan dengan makanan Halal, melakukan promosi melalui media drama yang bertemakan makanan Halal di Korea Selatan, dan lain sebagainya.

## **1.8 Metode Penelitian**

### **1.8.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian yang akan digunakan peneliti pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini ialah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2010). Di dalam penelitian ini peneliti akan berusaha menafsirkan lebih mendalam lagi tentang strategi gastrodiplomasi melalui *Halal Food* yang dilakukan oleh Korea Selatan pada tahun 2015-2018.

### **1.8.2 Definisi Konsep**

#### **a. *Soft Power***

Joseph Nye (1990) mendefinisikan konsep *Soft Power* sebagai sebuah kemampuan dari suatu negara untuk mencapai kepentingannya melalui interkasi yang dapat meliputi kebudayaan, nilai, dan kebijakan dalam maupun luar negeri yang tidak terkait dengan unsur pemaksaan yang mengarah pada kekuatan militer, kecaman, maupun embargo. Selanjutnya, menurut Baldwin (2002) *Soft Power* merupakan sebuah kapabilitas yang dimiliki suatu aktor dalam sebuah negara yang tidak berwujud seperti Institusi, kebudayaan,

dan ideologi. Pendekatan *Soft Power* lebih berkarakter Inspirasional yaitu kekuatan untuk menarik orang lain dengan kekuatan emosional seperti membangun ikatan erat melalui komunikasi yang persuasif, kerjasama antar negara, dan pengaruh budaya sehingga membuat orang lain terpengaruh yang mengakibatkan kepentingan suatu negara terpenuhi tanpa melibatkan tindakan militer. Selain itu, dalam analisisnya Trunkos (2014) mendefinisikan *Soft Power* merupakan suatu kemampuan negara melalui sumber daya nasional yang unggul yang dapat digunakan untuk mempengaruhi negara lain demi mencapai kepentingan nasional serta menurut Trunkos konsep *Soft power* ini dapat diwujudkan melalui teknik kebijakan luar negerimaupun suatu instrumen yang dijalankan oleh sebuah negara.

#### **b. Gastrodiplomasi**

Rockower (2011) menyatakan bahwa gastrodiplomasi merupakan “*The Best Way to Win Hearts and Mind is Through The Stomach*”. Menurut Rockower, penggunaan gastrodiplomasi secara formal dapat menjadi sebuah program maupun instrumen baru yang dapat dilakukan pemerintah untuk melakukan diplomasi negara melalui penggunaan makanan khas di negaranya. Menurut Tulus Warsito dan Wahyuni Kartika (2007) Gastrodiplomasi merupakan bagian dari diplomasi publik dan diplomasi budaya, yang dapat meningkatkan eksistensi sebuah negara serta memperbaiki citra bangsa. Selanjutnya, dalam hasil penelitian dari Rifani (2017) menyatakan bahwa pengaruh gastrodiplomasi dari sebuah negara dapat meningkatkan *Nation Branding* dan *Brand Awareness* di masyarakat Internasional serta penggunaan gastrodiplomasi juga dapat memicu lahirnya inovasi-inovasi baru dalam bidang kuliner di sebuah negara.

### 1.8.3 Fokus Penelitian

Berikut fokus penelitian yang saya buat untuk memudahkan saya dalam mengkaji skripsi:

**Tabel 1.2 Fokus Penelitian**

<b>Variable</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Deskripsi</b>
<b>Strategi Gastrodiplomasi Korea Selatan melalui <i>Korean Halal Food</i> Tahun 2015-2018</b>	<i>Soft Power</i>	Kebudayaan	Menjadikan makanan Halal sebagai <i>Soft Power</i> negara untuk memenuhi kepentingan nasional yakni meningkatkan kunjungan wisatawan Muslim mancanegara di Korea Selatan.
	Gastrodiplomasi	Penggunaan <i>Event</i>	Mengadakan suatu acara terkait makanan Halal yang di produksi oleh Korea Selatan untuk dapat menarik minat Turis Muslim berkunjung ke Korea Selatan.
		Kerjasama dengan organisasi LN	Menjalin kerjasama dengan organisasi luar negeri terkait sertifikasi Halal untuk membantu jalannya proses terkait produk Halal Korea agar dapat di percaya umat Muslim di berbagai negara.
		Penggunaan <i>Leader Opinion</i>	Memperkenalkan <i>Korean Halal Food</i> melalui tokoh maupun artis terkenal di Korea

			Selatan.
		Membangun Hubungan dengan Media	Menyebarkan informasi tentang makanan Halal Korea melalui suatu acara yang dapat disaksikan baik di televisi maupun internet.

#### 1.8.4 Unit Analisis

Unit analisis merupakan suatu yang berkaitan dengan fokus penelitian yang bertujuan untuk menjaga validitas dan reabilitas sebuah penelitian tetap terjaga, biasanya unit analisis sebuah penelitian dapat berupa perorangan atau individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah, maupun waktu sesuai dengan fokus permasalahan yang ingin diteliti. Unit analisis yang peneliti akan gunakan di dalam proses penelitian ini adalah strategi gastrodiplomasi melalui *Halal Food* yang dilakukan oleh Korea Selatan pada tahun 2015-2018.

#### 1.8.5 Jenis dan Sumber data

Jenis data yang akan peneliti gunakan adalah data sekunder. Dimana pada penelitian ini data yang diolah oleh peneliti merupakan data secara tidak langsung yang bersumber pada buku, jurnal, artikel, dokumen, website resmi, maupun laporan resmi.

#### 1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian skripsi ini adalah studi pustaka yaitu peneliti akan mencari buku, jurnal-jurnal ilmiah, artikel, maupun

dokumen yang relevan dan selaras dengan judul skripsi, peneliti juga akan menggunakan dokumen resmi yang di peroleh dari website resmi organisasi ataupun website resmi pemerintah yang dikeluarkan terkait penelitian, serta data penelitian juga akan ambil melalui tulisan-tulisan berupa buku, jurnal, artikel maupun surat kabar terkait *Halal Food* yang ada di Korea Selatan sebagai sumber dari penelitian ini.

### **1.8.7 Teknik Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan sebuah bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Teknik keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber data dan triangulasi metode. triangulasi sumber data yaitu mengumpulkan data dari beragam sumber yang berbeda dan menggali kebenaran mengenai informasi yang didapatkan dan triangulasi metode yaitu menggunakan sejumlah metode pengumpulan data dalam suatu penelitian dengan membandingkan informasi yang diperoleh terutama dalam hal pengumpulan data secara dokumentasi sehingga menghasilkan sajian data yang valid untuk penelitian.

### **1.8.8 Teknik Analisa Data**

Teknik analisa data pada penelitian ini akan diawali dengan pengumpulan data terkait permasalahan ataupun fenomena yang berkaitan dengan judul skripsi yang kemudian akan diklasifikasikan dengan data yang diperoleh untuk mempermudah mengolahan data. Setelah data diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan yang akan dibahas, selanjutnya skripsi akan dianalisa dan dikaji menggunakan konsep yang telah dipilih peneliti yang kemudian data yang telah dianalisis ini akan disajikan secara sistematis sehingga dapat

ditarik sebuah kesimpulan akhir yang sejalan dengan penelitian. Menurut teori Miles dan Humberman yaitu *interactive model*, teknik analisis data deskriptif kualitatif pada dasarnya terdiri dari 3 komponen yaitu (Pawito, 2017):

a. Reduksi data (*data reduction*)

Pada tahap ini peneliti mencari data dari buku, jurnal-jurnal ilmiah, artikel, serta dokumen terkait dengan penelitian yang akan di teliti.

b. Penyajian data (*data display*)

Pada tahap ini peneliti akan menghubungkan semua data yang telah diperoleh sehingga dapat menghasilkan analisis kritis.

c. Penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*)

Pada tahap ini peneliti akan mengkonfirmasi, mempertajam serta merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat sampai pada kesimpulan final mengenai penelitian yang sedang dilakukan.

### **1.8.9 Jadwal Penelitian**

Penelitian skripsi ini akan dilaksanakan pada kurun waktu terhitung sejak januari 2020 sampai dengan selesai.

## **1.9 Sistematika Penelitian**

Untuk mempermudah membahas persoalan dalam penelitian ini, maka peneliti telah menyusun sistematika penelitian yaitu sebagai berikut:

### **1) BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan membahas tentang tentang latar belakang pemilihan judul penelitian, rumusan masalah, kerangka konseptual, kajian pustaka, argumen utama, metode penelitian, serta sistematika penelitian.

### **2) BAB II : GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

Pada bab ini akan menjelaskan tentang bagaimana *Halal Food* di Korea Selatan, awal mula perkembangan Muslim di Korea Selatan serta menggambarkan pengaruh fenomena *Korean Wave* dalam perkembangan *Halal Food* di Korea Selatan.

### **3) BAB III : PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan membahas dan menjabarkan bagaimana strategi gastrodipomasi Korea Selatan melalui *Korean Halal Food* pada tahun 2015-2018.

### **4) BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan membahas tentang ringkasan singkat yang diambil dari hasil penelitian yang telah disusun dan dianalisis di bab sebelumnya serta peneliti akan memberikan saran kepada pemerintah Indonesia untuk mencontoh Korea Selatan dengan menggunakan *Halal Food* sebagai instrumen baru untuk menarik kunjungan wisatawan luar negeri serta peneliti juga akan memberi saran kepada peneliti selanjutnya

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Dahlan, A.A. (1996). *Ensiklopedi Hukum Islam* Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve
- Haugh, S. (2014). *Publik Diplomacy Magazine*. California: *Association of Publik Diplomacy Scholars* (APDS)
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Winata, T.T. (2006). *Makanan Dalam Perspektif Al Qur'an dan Ilmu Gizi*. Jakarta: Balai Penerbit FKUI.
- Yang, S.(1995). *Seputar kebudayaan Korea*. Yogyakarta: Gadjja Mada Universiti Press.

### Jurnal / Skripsi / Thesis :

- Al-Saudairi, M.T. (2012). *South Korea-GCC Economic Relation: An Overview*. GRC Gulf Paper, Hal 3-15
- Baskoro, R. M. (2017). *Konseptualisasi dalam Gastro Diplomasi: Sebuah Diskusi Kontemporer dalam Hubungan Internasional*. Jurnal Insignia, Vol.4, No.2, hlm. 36
- Hae-Joang, C. (2005). *Reading the "Korean Wave" as a Sign of Global Shift*. Korea Jurnal, Vol 45, No.4 Hal 147-182
- Jamess, M.M. (2014.) *Image and Perceptions of Muslim and Arab in Korea Popular Culture and Society*. Miami Florida: Florida International University.
- Marzuki, S.Z.Y. (2012). *The Anatomy of Halal Slaughtering: Issues and Challenges*. Universiti Teknologi Mara Pahang, Malaysia.
- Nafisah, S.M. (2018). *Representasi Halal Food Dalam Drama Lunch Box di Youtube*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Park, Sungsu. (2013). *Islamic Da'wa in Korea: A Study of Koreans' Religious Conversion to Islam Taking Place in the Twenty-First Century*. Dissertation, Wilmore Kentucky: The Faculty of Asbury Theological Seminary.
- Pham, M. J. (2013). *South Korea's Gastrodiploamacy*. Journal of International Service (JIS). Vol 22 No.1 Hal 1-23 School of International Service American University



- Riyanti, K. (2017). *Pengaruh Kebudayaan Terhadap Hubungan Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Satriana, E.D. & Faridah, H.D. (2018). *Wisata Halal: Perkembangan, Peluang dan Tantangan*. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* Vol. 01 No.02 Hal 1-12 Universitas Airlangga.
- Trunkos, Judit. (2013). *What is Soft Power Capability and How Does it Impact Foreign Policy*. Carolina: University of South Carolina.
- Umayyatun, S. (2017). *Masyarakat Muslim di Korea Selatan: Studi Tentang Korea Muslim Federation (KMF) Tahun 1967-2015 M*. *Sosiologi Agama: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial*. Vol. 11, No. 2, hal 139-141 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rockower, P. (2011). *Projecting Taiwan: Taiwan's Public Diplomacy Outreach*. Hal 107-152. Institute of International Relations, National Chengchi University, Taipei, Taiwan.
- Alexandra, K. (2014). *Globalization of Korean food Cuisine as a Part of South Korea's Soft Power Strategy*. Master Thesis, Moscow: Faculty of Philosophy, National Research University Higher School of Economics, School of Asian Studies.
- Zahrulianingdyah, A. (2018). *Kuliner Sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal*. *Jurnal Teknobuga* Vol. 6, No 1 Hal 1-9. Universitas Negeri Semarang.

### **Laporan Resmi :**

- Ministry of Agriculture, Food, and Rural Affairs. (2015, Maret 27). *Ministry of Agriculture, Food, and Rural Affairs*. Retrieved Februari 23, 2021, from Ministry of Agriculture, Food, and Rural Affairs: <http://english.mafra.go.kr/main.jsp>
- Korean Statistical Information Service. (2015). *Population by Gender, Age, and Religion*. Retrieved Januari 7, 2020, from KOSIS: <https://kosis.kr/eng/>
- Korean Tourism Organization. (2015). *Halal Restaurant in Korea*. Retrieved Februari 19, 2021 from Korea Tourism Organization: [https://visitkorea.or.id/halal\\_restaurant?cat=muslim-friendly&tag=restoran-halal%2Cseoul&region=seoul&page=1](https://visitkorea.or.id/halal_restaurant?cat=muslim-friendly&tag=restoran-halal%2Cseoul&region=seoul&page=1)
- Korean Tourism Organization. (2018). *Halal Restaurant Week Korea 2018*. Retrieved March 22, 2021, from KTO:

<https://www.visitkorea.or.id/akudankorea/k-events/halal-restaurant-week-korea-2018>

Korean Tourism Organization. (2015). *Muslim-Friendly Restourant in Korea*. Retrieved Februari 19, 2021, from Korean Tourism Organization:  
<http://english.visitkorea.or.kr>

Korean Tourism Organization. (2016). *Muslim-Friendly Restourant in Korea*. Retrieved Februari 19, 2021, from Korean Tourism Organization:  
<http://english.visitkorea.or.kr>

Korean Tourism Organization. (2017) *Travel: E-books*. Retrieved Februari 23, 2021, from Korean Tourism Organization:  
[http://english.visit.korea.or.kr/enu/TRV/TV\\_ENG\\_3\\_5.iso/](http://english.visit.korea.or.kr/enu/TRV/TV_ENG_3_5.iso/)

Korean Tourism Orgnization. (2015). Key Facts on Tourism: *Korea, Monthly Statistic of Tourism*. Retrieved Februari 23, 2021. from Korean Tourism Organization:  
<https://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics.kto>

Korean Tourism Orgnazation. (2015). Key Facts on Tourism: *Visitor Arrivals, Korean Departures, International Tourism Receipts and Expenditure*. Retrieved Februari 23, 2021, from Korean Tourism Organization:  
<https://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/visitorArrivals.kto>

#### **Website :**

Afif, I. (2015, Juli 27). *Korea Selatan Siap Gelar “Halal Expo Korea 2015”*. Retrieved Januari 27, 2021, from halhalal:  
<http://www.halhalal.com/korea-selatan-siap-gelar-halal-expo-korea-2015/>

Ahmed, R.A. (2017). Halal Restauran Week in Korea. Retrieved Februari 23, 2021, from KoreaNet: <http://www.korea.net/NewsFocus/Travel/View?articeleId=149614>

Bahurekso, P. R. (2015, Oktober 17). *Mengenal Makanan Korea Lewat Ajang K-Food Fair 2015*. Retrieved Januari 7, 2020, from Medcom.id:  
<https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/IKY4Aaxk-mengenal-makanan-korea-lewat-ajang-k-food-fair-2015>

Emirates News Agency. (2016). *Esma Discusses Applying UAE Regulations for control on Halal Product with Korean Delegation*. Retrieved March 26, 2021, from <http://wam.ae/en/print.139596360056>

Global Verified Engine. (2016). *Korean Muslim Federation*. Retrieved March 26, 2021 from HVE : <https://www.halalverified.com/Halnet/Details/69>

- Halal Corner ID. (2017, Agustus 18) *Halal Trade Expo Korea Resmi dibuka*. Retrieved March 26, 2021 from HalalCorner.ID: <https://halalcorner.id/halal-trade-expo-korea-2017-resmi-dibuka/>
- Halal Korea CO. (2015) *About Halal*. Retrieved Januari 23, 2021, from KoreaHalal.org: <http://koreahalal.org>
- Halal Tourism. (2017). *Korea Halal Tourism*. Retrieved Januari 23, 2021, from KoreaHalal.org: <http://koreahalal.org>
- Itpc Busan. (2015, Agustus 07) *Halal Expo Korea 2015*. Retrieved Januari 23, 2021, from FFTC Agricultural Politycy: [http://ap.ffc.agnet.org/ap\\_db.php?id=521&print=1](http://ap.ffc.agnet.org/ap_db.php?id=521&print=1)
- Juwon, P. (2018, Februari 04) *Can South Korea Tap into Growing Halal Market?*. Retrieved Maret 15, 2021. from KoreanExpose : <https://www.koreaexpose.com/south-korea-tapping-halal-market/#:~:text=The%20KMF%20is%20the%20better,of%20these%20are%20in%20Seoul.>
- Kang-Ho, P. (2016). Ambassador's Greeting: Welcome to The Official Website of the Embassy of the Republic of Korea to the United Arab Emirates. Retrieved March 26, 2021, from: <http://are.mofa.go.kr/english/af/are/legation/greetings/indeks.jsp>.
- Koreaners. (2017) Muslim in Korea: *What do Koreans Think About Muslims?*. Retrived Februari 15, 2021, from Koreaners.com: [https://www.youtube.com/watch?v=eh\\_IN33QTSA](https://www.youtube.com/watch?v=eh_IN33QTSA)
- Korean Food Promotion Institute. (2018, Januari 09). *Internasional Korean Menu Guide 700*. Retrieved Februari 23, 2021, from Koreanfood : [http://www.koreafood.net/enboard.do?cmd=view&bbs\\_id=055&menu=men3010000&art\\_id=51004&lang=en/](http://www.koreafood.net/enboard.do?cmd=view&bbs_id=055&menu=men3010000&art_id=51004&lang=en/)
- Korea Net. (2019). *Hallyu (Korean Wave)*. Retrieved March 25, 2021 from Korean.Net: <https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>
- Korean Products. (2016, Agustus 03) Halal Expo Korea 2016. Retrieved Februari 15, 2021 from Korean Product: <http://korean-products.com/2016/03/08/halal-expo-korea-2016/>
- Korean Products. (2018, Juni 21) Halal Trade Expo Korea 2018. Retrieved Februari 15, 2021 from Korean Product: <https://korean-products.com/2018/06/21/halal-trade-expo-korea-2018/>
- Lalu Epol. (2016, May 16). *Mengenal Halal Food*. Retrieved Januari 7, 2020 from Lalu Epol: <https://laluepol.blogspot.com/2016/05/mengenal-halal-food.html>
- Lee, H.S. (2014). *1.500 Years of Contact between Korea and the Middle East*. Retrieved Februari 21, 2020, from meidu: <Http://www.mei.edu/content/1500-yearscontact-between-korea-and-middle-east.>
- Malek, C. (2016, September 30). UAE and South Korea Agree to Visa-Free Travel. Retrieved March 26, 2021, from The National UAE :

<https://www.thenationalnews.com/uae/government/uae-and-south-korea-agree-to-visa-free-travel-1.190098>

- Nursastri, S.A. (2017, April) *Korsel Targetkan 1,2 Turis Muslim Sepanjang 2017*, retrieved Januari 7, 2020, from Kompas.Com : <https://travel.kompas.com/read/2017/04/04/150600627/korsel.targetkan.1.2.juta.turis.mu.lim.sepanjang.2017>
- Park, J.W. (2015, Maret). *Korean gov't launches specialized halal food agency on Thursday, following recent halal food MoU with UAE*. Retrieved. Januari 7, 2020. from: [http://www.arirang.com/News/News\\_View.asp?nSeq=177122](http://www.arirang.com/News/News_View.asp?nSeq=177122)
- Pew Research Center (2015, Januari 27) *The Future of the Global Muslim Population* retrieved Januari 7, 2020. from Pewforum.org: <http://pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population>
- Pratiwi, F. (2015, Maret 25). *Korea Selatan Segera Operasikan RPH Halal*. Retrieved Januari 23, 2020, from Republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/15/03/25/nlr5zz-korea-selatan-segeraoperasikan-rph-Halal>
- Ri-Ja, K. (2015). *MAFRA Sign an MoU with the UEA for Cooperation in Agriculture and Halal Food*. Retrieved March 26, 2021, from: <http://www.kfoodstory.com/articleVies.html?idxno=3544>
- Safira, M. (2015). *Korea Luncurkan Aplikasi 'Halal Korea' Sebagai Pentunjuk Restoran dan Produk Makanan Halal*. Retrieved 4 Februari, 2021, from FoodDetik.com: <http://food.detik.com/info-halal/d-3034381/korea-luncurkan-aplikasi-halal-korea-s-ebagai-petunjuk-restoran-dan-produk-makanan-halal>
- Sasongko, A. (2017, Januari 25). *KMF: Populasi Muslim Korea Terus Bertamba*. Retrieved Januari 7, 2020, from REPUBLIKA.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-digest/17/01/25/okc6dz313-kmf-populasi-Muslim-korea-terus-bertambah>
- Seung-Ah, L. (2015). *President Park Ask for Cooperation on Halal Food, Public health*. Retrieved March 26, 2021, from Korea.Net: <http://www/korea.net/NewFocus/policies/view?articledId=126048>
- Sohn, J.A. (2015). *Korea, UAE Pladge to Expand Economic Cooperation*. Retrieved 26 March 2021, from Korea.Net: <http://www/korea.net/NewFocus/policies/view?articledId=126044>
- Yasmin, P. (2020, Desember 03). *Agama Terbesar di Dunia 2020 Berdasarkan Penduduknya*. Retrieved Maret 3, 2021, from DetikNews.com: <https://news.detik.com/berita/d-5279850/agama-terbesar-di-dunia-2020-berdasarkan-jumlah-pemeluknya>