



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Leni Marliana
44215010111

Implikasi Kampanye *Muslim Friendly Korea* Terhadap Diplomasi Publik
Indonesia-Korea

Jumlah Halaman: ix + 134 Halaman + 3 Lampiran

Bibliografi: 17 Buku + 9 Jurnal + 22 Sumber online

ABSTRAK

Citra positif menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam membangun kemajuan suatu bangsa, hal tersebut menyebabkan setiap negara berlomba-lomba dalam menggali kekuatan dan membangun citra positif di mata negara lain, sebagai langkah baru dalam mendiversifikasi pasar, Korea Selatan membuat kampanye *Muslim Friendly Korea*, sebagai salah satu bentuk usaha diplomasi publik yang diterapkan oleh pemerintah Korea dalam menarik minat berkunjung wisatawan Muslim dengan memberikan fasilitas serta kenyamanan bagi para wisatawan muslim.

Melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus, Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah gambaran mengenai Implikasi dari kampanye *Muslim Friendly Korea* terhadap diplomasi publik Indonesia-Korea serta penjelasan mengenai *people to people relationship* yang terbangun di antara masyarakat Korea Selatan dan Indonesia dalam terciptanya pemahaman yang sama antar kedua negara.

Hasil dari penelitian ini yaitu Indonesia dan Korea Selatan kini ada pada masa emas dimana hubungan kedua negara sudah mencapai *Special Strategic Partnership* yaitu level paling tinggi dalam kerjasama yang menunjukkan hubungan kedua negara sudah terjalin sangat baik. ditemukan bahwa Kampanye *Muslim Friendly Korea* menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh Indonesia dalam menciptakan inovasi baru guna menarik lebih banyak wisatawan asing khususnya Korea Selatan untuk datang dan menikmati indahnya Indonesia, serta kolaborasi yang erat antara pemerintah Korea Selatan dan Indonesia yang menjadi refleksi bagi masyarakat Indonesia dan Korea Selatan itu sendiri dalam membangun *People to people relationship* sehingga dapat terjalin dengan baik meskipun memiliki beberapa perbedaan dari segi kepercayaan dan sosial budaya.

Kata Kunci : Diplomasi Publik, Kampanye, *Muslim Friendly Korea*.



Universitas Mercu Buana
Communication Sciences Faculty
Public Relations Field of Study
Leni Marlina
44215010111

The Implication of Muslim Friendly Korea Campaign toward Indonesia-Korea
Public Diplomacy

Number of Pages: ix + 134 Halaman + 3 Lampiran

Bibliography: 17 Books + 9 Journal + 22 Online Sources

ABSTRACT

Positive image is one of the most important aspects in nation development, it makes every country start to compete in exploring the strength and build their positive image in the international world, as a new step in diversifying the market, South Korea makes a Muslim Friendly Korea Campaign as a forms of their public diplomacy that implemented by the Korean government in attracting Muslim tourists to visit South Korea by providing facilities that muslims needed.

Through a qualitative approach using the case study method, this study aims to produce an overview of the implications of the Muslim Friendly Korea Campaign towards Indonesian-Korean public diplomacy and an explanation of people to people relationship that is built between South Korean and Indonesian people in creating the same understanding between the two countries.

The results of this study are Indonesia and South Korea, are now in the golden age where the relations between the two countries have reached the Special Strategic Partnership, which is the highest level of cooperation which shows that the relations between the two countries have been very good. It was found that Muslim Friendly Korea Campaign was a challenge that must be faced by Indonesia in creating new innovations to attract more foreign tourists, especially from South Korea to come and enjoy the beauty of Indonesia, and the close collaboration between the government of South Korea and Indonesia which was a reflection of Indonesian and South Korea Society itself in developing People to people relationships so it can be well established even though the two society have some differences in terms of trust and socio-culture.

Keywords: *Public Diplomacy, Campaign, Muslim Friendly Korea*