

Penilaian sosial masyarakat terhadap wacana wisata halal di Jakarta dan Makassar = Public social judgment to halal tourism discourse in Jakarta and Makassar

Puti Nadhira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505010&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pesan komunikasi pemerintah untuk pengembangan destinasi wisata halal di beberapa kota di Indonesia mengalami penolakan, karena dianggap tidak sesuai dengan kebiasaan masyarakat lokal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sektor pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan, tetapi masyarakat memiliki penilaiannya tersendiri terhadap pariwisata di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui identifikasi penilaian sosial pesan komunikasi wisata halal dari pemerintah ke masyarakat Jakarta dan Makassar. Dua daerah tersebut dipilih dengan mengingat Jakarta dan Makassar memiliki penduduk dengan penganut agama paling beragam diantara daerah lainnya. Sayangnya, kasus intoleransi agama dan kebiasaan masyarakat mengkonsumsi alkohol masih tinggi. Penilaian masyarakat menjadi penting agar program pemerintah dapat berjalan dengan lancar. Penelitian ini menggunakan Social Judgment Theory dengan lebih mendalami aspek-aspek dalam teori tersebut, seperti reference points, latitude, dan ego-involvement dalam menilai isu sosial. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan strategi single case study, serta wawancara mendalam, observasi, dan dokumen pendukung sebagai metode pengumpulan data penelitian. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat Jakarta dan Makassar sebagai bentuk kelompok sosial yang menetap di Jakarta ataupun Makassar. Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa ada kecenderungan rentang penerimaan yang luas dan sikap yang positif dalam menilai pesan wisata halal di Jakarta dan Makassar. Meskipun begitu, masyarakat sendiri belum mengetahui dengan jelas definisi, konsep, serta bagaimana pengaplikasian wisata halal yang sesuai dengan aturan pemerintah. Hasil wawancara juga menunjukkan rentang penolakan dengan adanya resistensi terhadap wisata halal dari pelaku pariwisata.

<hr>

ABSTRACT

The government's communication message for the development of halal tourist destinations in several cities in Indonesia was rejected because it is considered not following the habits of the local community. It shows that although the tourism industry is one of the leading sectors, society has its assessment of tourism in Indonesia. This study aims to determine the identification of social judgment of halal travel communication messages from the government to the people of Jakarta and Makassar. Those two regions got chosen with reason in mind that Jakarta and Makassar have the most diverse religious population among other provinces. Unfortunately, cases of intolerance and the habit of consuming alcohol are quite high. Community judgment of social problems is necessary for the government to run their programs smoothly. This study uses the Social Judgment Theory to explore aspects of the theory further, such as reference points, latitude, and ego-involvement in assessing social issues. This research method uses qualitative methods, with a single-case study's strategy, including in-depth interviews, observations, and supporting documents as a method of

collecting research data. The informants chosen in this study were the people of Jakarta and Makassar as a form of a social group that settled in Jakarta or Makassar. In general, this study shows that there is a tendency for a wide range of acceptance and a positive attitude in assessing halal tourism messages in Jakarta and Makassar. Even so, the people themselves do not yet know the definitions, concepts, and how to apply halal tourism per government regulations. The interview results also show the range of rejection with the resistance to halal tourism from small tourism actors.