

Diplomasi Publik melalui Pengadaan Musala di Destinasi Wisata Kyoto Tahun 2013-2019 = Public Diplomacy through Procurement of Musala in Kyoto Tourist Destinations in 2013-2019

Adiguna Suwondo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920517546&lokasi=lokal>

Abstrak

Diplomasi Publik merupakan upaya suatu negara dalam mempromosikan kesan positif dan membentuk persepektif publik internasional dalam rangka menjalankan kebijakan luar negeri. Pariwisata merupakan aktifitas manusia dalam rangka mengunjungi tempat selain domisilinya dengan motivasi yang beragam serta komoditas yang bersinggungan dengan aspek ekonomi dan budaya. Melalui pengaruh globalisasi yang cukup besar dalam kehidupan terutama pada aspek wisata memberikan tantangan baru berupa pengembangan substansi berbasis kepercayaan agama Islam yang dibawa oleh turis muslim dari seluruh dunia khususnya kepada negara dengan mayoritas non-muslim seperti Jepang. Kyoto sebagai salah satu perfektur yang memiliki karakteristik budaya yang kental bersikap adaptif dalam menanggapi kondisi yang ada dengan mengadakan fasilitas dan layanan ramah muslim. Penelitian ini akan membahas terkait pengadaan musala sebagai tempat beribadah turis muslim di destinasi wisata Kyoto dalam kaitannya dengan usaha diplomasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu memaparkan data terkait lalu menjabarkan fakta yang relevan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat implikasi pada usaha pengadaan ruang ibadah tersebut dengan upaya diplomasi publik Jepang.

.....Public diplomacy is a country's efforts to promote a positive impression and shape the perspective of the international public in the context of carrying out its foreign policy. Tourism is a human activity in order to visit places other than their domicile with various motivations and commodities that intersect with economic and cultural aspects. Through the influence of globalization which is quite large in life, especially in the tourism aspect, it provides new challenges in the form of developing substances based on Islamic religious beliefs brought by Muslim tourists from all over the world, especially to countries with a non-Muslim majority such as Japan. Kyoto as a prefecture that has strong cultural characteristics is adaptive in responding to existing conditions by providing Muslim-friendly facilities and services. This research will discuss the procurement of prayer rooms as places of worship for Muslim tourists in Kyoto tourist destinations in relation to diplomatic efforts. The method used in this study is descriptive qualitative, namely describing related data and then illustrating relevant facts. The results of this study indicate that there are implications for the effort to procure the prayer room with the attempts of Japanese public diplomacy.