

Persepsi Penikmat Makanan Korea terhadap Sertifikasi Halal K-Food sebagai Diplomasi Budaya Korea Selatan = Perception of K-Food Lover on the Certification of Halal K-Food as a Cultural Diplomacy of South Korea

Hanan Syahidah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554024&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas upaya Korea Selatan mengembangkan produk makanan bersertifikasi halal untuk memperkuat citra mereka. Pengembangan produk makanan bersertifikasi halal merupakan salah satu diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan di Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim di dunia. Oleh karena itu, pasar halal masih sangat terbuka bagi Korea Selatan. Terlebih dengan perkembangan hallyu yang semakin diterima di Indonesia. Korea Selatan mulai mengembangkan produk makanan yang terbuat dari bahan-bahan yang halal bekerja sama dengan beberapa lembaga sertifikasi halal seperti KMF dan MUI untuk masuk ke dalam pasar halal Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah upaya diplomasi budaya yang dilakukan oleh Korea Selatan dengan sertifikasi halal produk makanannya membuat citra negara Korea menjadi negara yang ramah muslim atau tidak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara terhadap sepuluh narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penikmat makanan Korea muslim yang bertempat tinggal di Depok masih belum melihat Korea Selatan sebagai negara yang ramah muslim. Hal ini dikarenakan para narasumber tidak melihat Korea Selatan hanya melalui satu sisi saja, sehingga persepsi mereka terhadap citra ramah muslim Korea Selatan juga dipengaruhi pengalaman mereka.

.....This study discusses how South Korea's efforts to develop halal-certified food products are to strengthen its image. The development of halal-certified food products is one of the cultural diplomacies carried out by South Korea in Indonesia. Indonesia is a country with a majority muslim population in the world. Therefore, the halal market is still very open for South Korea. Especially with the development of hallyu which is increasingly being accepted in Indonesia. South Korea has begun to develop food products made from halal ingredients in collaboration with several halal certification bodies such as KMF and MUI to enter the Indonesian halal market. The purpose of this study is the cultural diplomacy efforts carried out by South Korea with halal certification of food products to create the image of Korea as a muslim-friendly country or not. This study uses a qualitative-descriptive method by conducting interviews with ten respondents. The results show that muslim Korean food lover who live in Depok still do not see South Korea as a muslim-friendly country. This is because the respondents do not see South Korea only from one side, so their views on the image of muslim-friendly are also influenced by their experiences.