BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu sektor strategis bagi negara untuk memberi pendapatan nasional negara. Menurut UNESCO pendapatan dari pariwisata meningkat 25% di tahun 2005 dan hampir menguasai 10% dari aktifitas perekonomian dunia. Untuk negara-negara berkembang, industri pariwisata ini menempati peringkat ke-6 sebagai pendapatan nasional di bawah nilai dagang sektor otomotif, energi fosil, telekomunikasi, pertanian dan lain-lainnya. Pariwisata telah menjadi industri besar dan memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten setiap tahunya, Menurut UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*) kedatangan turis internasional pada tahun 2020 akan terjadi peningkatan sebesar 200% untuk angka kunjungan wisatawan dunia saat ini (Utama, 2016, pp. 1-2).

Konsep wisata halal dalam Islam dapat diaplikasikan di berbagai macam aspek kehidupan, seperti makanan dan minuman, pergaulan, obat-obatan, ekonomi, pekerjaan, hingga pariwisata. Konsep wisata halal di sini mengacu pada kegiatan dalam pariwisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. Pariwisata halal ini hadir untuk memadukan nilai - nilai agama Islam dalam model pariwisata modern yang lebih didominasi oleh nilai - nilai Barat yang sangat bertentangan dengan gaya hidup masyarakat Muslim (UNWTO, 2016).

Korea Selatan tercatat sebagai salah satu negara yang maju, media lokal mulai melihat perkembangan pariwisata Korea Selatan yang ramah muslim. Hongdae dan

Gangnam merupakan beberapa daerah yang sering di kunjungi sebagai tempat destinasi wisata muslim. Pada kedua daerah tersebut banyak bermunculan restoran-restoran bersertifikat halal dan pusat perbelanjaan yang dilengkapi dengan tempat ibadah yang memudahkan wisatawan mengerjakan shalat.

Selain itu daerah di Seoul yang sering dikunjungi oleh wisatawan muslim yaitu "Itaewon". Daerah Itaewon ini sendiri merupakan sebuah kawasan permukiman dan perbelanjaan di tengah kota Seoul yang dihuni oleh aneka macam kebangsaan dan banyak orang muslim, sehingga dikenal sebagai kampung global. Selain merupakan kampung global, salah satu magnet yang ada di Itaewon adalah keberadaan Seoul Central Mosque, satu-satunya masjid yang berada di Seoul.

Melihat perkembangan zaman saat ini Pemerintah Korea Selatan melihat adanya peluang untuk membuka sektor pariwisata halal di negara mereka. Dengan melihat banyaknya wisatawan muslim yang berkunjung ke negeri gingseng ini, pemerintah Korea Selatan melihat adanya peluang untuk meningkatkan eksistensinya di manca negara.

Publik internasional mengenal Korea Selatan sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Kristen. Berdasarkan fakta ini, wisatawan mancanegara (wisman) Korea Selatan yang berasal dari negara mayoritas muslim perlu berhatihati dalam berbelanja mengingat produk daging babi dan makanan dengan campuran minuman beralkohol merupakan konsumsi sehari-hari masyarakat Korea. Sementara, makanan sejenis alkohol yang memabukkan dan produk olahan yang berasal dari daging babi atau sejenisnya menurut ajaran agama Islam dilarang untuk dikonsumsi. Dengan mempertimbangkan kebutuhan wisman muslim Korea,

pemerintah mulai memperkenalkan pariwisata ramah Muslim. Pada tahun 2014, Korea Tourism Organization/KTO mengeluarkan buku panduan makanan halal yang ada di Korea. Buku panduan ini dapat diakses melalui website Visit Korea di mana pada setiap tahun buku panduan tersebut diperbaharui. (Ah-young, 2016)

Dilihat dari data yang sudah didapatkan terjadi peningkatan jumlah wisatawan asing yang masuk ke Korea Selatan, dari data tahun 2014 tercatat sekitar 396.955 dan 2018 tercatat sekitar 661.539 wisatawan yang datang ke Korea Selatan. Melihat adanya peningkatan dua kali lipat dari tahun 2014-2018 wisatawan negara yang mayoritas muslim datang ke Korea Selatan, dengan adanya trend wisata ramah muslim yang di berikan oleh pemerintah Korea Selatan. Data yang didapatkan adalah orang-orang yang ingin berwisata ke Korea Selatan dengan bertujuan untuk tour saja, akan tetapi ada beberapa kelompok yang saya dapatkan yaitu: *Business, Official*, dan yang lainnya. Jumlah data selain *touris* yang datang ke Korea Selatan seperti Business dengan jumlah 24.079 pada tahun 2014 dan di tahun 2018 berjumlah 17.918, untuk Official berjumlah 2.607 pada tahun 2014 dan di tahun 2018 berjumlah 3.728 dan yang terakhir untuk kategori yang lainnya seperti tenaga kerja di tahun 2014 berjumlah 171.527 dan tahun 2018 berjumlah 661.539. (Korea Tourism Organization, 2018)

Presiden Park menjalin kerja sama dengan pemerintah Uni Emirat Arab dalam pasar makanan halal untuk memperkenalkan produk halal Korea di pasar halal internasional, dan sebagai bentuk persiapan menghadapi pariwisata ramah muslim yang mulai digalakkan. Sebagai tindak lanjut dari kerja sama tersebut, pemerintah Korea Selatan akan membangun infrastruktur yang mendukung proyek pariwisata ramah muslim, yakni kompleks makanan halal di Iksan. Prospek pariwisata halal

Korea diyakini akan berdampak positif pada perekonomian daerah. Hal itu ditunjukkan oleh dukungan dari pemerintah provinsi Gangwon. Gubernur Choi mengeluarkan rencana pembentukan halal town untuk memfasilitasi dan menarik pengunjung Muslim pada acara Pyeongchang Winter Olympics 2018. KTO juga turut menghadiri pameran pariwisata di Kazakstan. Di kawasan Asia Tenggara, Korea Selatan menjalin kerjasama dengan Malaysia dan Indonesia, dengan membuka kantor cabang dan mengikuti pameran pariwisata ramah muslim yang dilaksanakan setiap tahunnya (Sang-Hyun, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi diplomasi Publik Korea Selatan untuk mendorong wisatawan muslim datang ke Korea Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui strategi diplomasi publik sektor Pariwisata yang ada di Korea Selatan.
- 2. Untuk mengetahui peran pemerintah dengan adanya inisiasi wisata ramah muslim.

1.4 Signifikansi

Dalam topik yang diangkat terkait pariwisata halal dapat dikatakan cukup penting untuk dibahas dalam penelitian, melihat begitu pentingnya sektor pariwisata bagi negara terlebih pada negara berkembang. Signifikansi dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk Pemerintah Korea Selatan dan dapat menjadi sebuah referensi tamabahan untuk Pemerintah Korea Selatan

dalam mengembangkan wisata ramah muslim. Di samping itu juga penelitian ini bisa berguna untuk memberikan informasi dan wawasan kepada masyarakat.

1.5 Cakupan Penelitian

Penelitian ini akan membahas terkait perkembangan sektor pariwista muslim di Korea Selatan mulai dari tahun 2014-2018. Dikarenakan pada tahun 2014 adanya inisiasi untuk pengembangan sektor pariwista terkhusus wisata ramah muslim, sehingga penelitian ini ingin mengetahui strategi diplomasi publik wisata di korea terutama wisata ramah muslim yang sedang di inisiasikan saat ini.

1.6 Tinjauan Pustaka

Dalam jurnal "Trend Pariwisata Halal Korea Selatan" menjelaskan bahwa suatu negara yang mayoritas non-muslim bisa toleransi terhadap muslim yang ada di negara mereka untuk berkunjung, agar tidak ada terjadinya diskriminasi antar agama yang ada. Inisiasi Perintah Korea Selatan untuk membuat Trend Pariwisata Halal Korea Selatan agar memberikan citra yang baik pada banyak negara lain bahwa Korea Selatan dapat memberikan wisata ramah muslim bagi wisatawan yang berkunjung ke negaranya (Kusumaningrum, Fairuz, Putri, & Amalia, 2017, p. 855).

Dalam jurnal "Hubungan Kerjasama Pariwisata Indonesia-Korea Selatan" menjelaskan bahwan sektor pariwisata dinilai mampu untuk meningkatkan prekonomian negara, dalam jurnal ini lebih membahas kerjasama wisata provinsi Bali dan provinsi Jeju yang dimana kedua provinsi ini memiliki keindentikan sendiri. Kerjasama yang dilakukan oleh Indonesia dan Korea Selatan (adalah dalam bentuk peningkatan promosi dengan sistem resiprositas. Timbal balik adalah kerja

sama yang saling menguntungkan atau nama lainnya adalah solusi win-win (Hidayat, 2017, pp. 5-6)

Noel Scot dalam bukunya yang berjudul "Tourism in the Muslim World", menjelaskan bagaimana Islam sebagai agama yang dapat mempengaruhi kebijakan suatu negara dalam membangun sebuah kepentingan. Dalam regional Asia tenggara, Islam sudah berkembang pesat di berbagai negara seperti Malaysia, Indonesia dan Brunei. Hal tersebut berdampak kepada kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah dalam setiap negara tersebut terlebih sudah masuk kedalam ranah sistem Pemerintahan. Dalam hal industri pariwisata halal, tiga negara Muslim tersebut berupaya untuk terus bersaing untuk meningkatkan kualitas. Dalam hal ini Malaysia adalah salah satu negara yang konsisten dan terus fokus dalam memajukan industri pariwisata halal. Persaingan bukan hanya dengan negara Muslim akan tetapi juga negara seperti Singapura, Thailand dan lainnya turut serta merebut pasar wisatawan Muslim (Scott, 2010, hal. 76).

Hussein Elasrag dalam bukunya "Halal Industry: Key Challenges and Oppurtunities" menjelaskan bagaimana pariwisata halal begitu potensial untuk dikembangan oleh suatu negara untuk menarik pasar pariwisata global, melihat pada jumlah umat Muslim yang banyak yang hal tersebut menjadi peluang yang cukup besar. Pariwisata halal dikembangkan guna untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada para wisatawan. Dalam hal ini wisatawan bukan hanya mendapatkan kepuasan fisik dari berwisata, akan tetapi juga secara rohani juga merasakan karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan halal Islam (Elasrag, 2016, hal. 76).

Dijelaskan juga oleh Siti Khadijah dalam "Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry" bahwa Malaysia sebagai negara Islam menerapkan standar sendiri dalam kaitannya dengan industri halal. Standar yang dibuat dan diterapkan di negara tersebut mengacu kepada standar internasional yang kemudian ditambah juga dengan kebutuhan dan kepentingan negara dalam hal pengembangan industri halal. Industri yang dikembangkan berupa makanan, tempat wisata, kosmetik, dan lain sebagainya (Khadijah, 2016, hal. 33).

1.7 Landasan Konseptual

Wisata Halal

Pariwisata halal adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim. Pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam. Salah satu contoh dari bentuk pelayanan ini misalnya Hotel yang tidak menyediakan makanan ataupun minuman yang mengandung alkohol dan memiliki kolam renang serta fasilitas spa yang terpisah untuk pria dan wanita. Selain hotel, transportasi dalam industri pariwisata halal juga memakai konsep Islami. Penyedia jasa transportasi wajib memberikan kemudahan bagi wisatawan muslim dalam pelaksanaan ibadah selama perjalanan. Kemudahan ini bisa berupa penyediaan tempat sholat di dalam pesawat, pemberitahuan berupa pengumuman maupun adzan jika telah memasuki waktu sholat selain tentunya tidak adanya makanan atau minuman yang mengandung alkohol dan adanya hiburan Islami selama perjalanan (ED Satriana, 2018).

Pariwisata halal sangat berkaitan dalam Islam karena setiap muslim hendaknya melakukan perjalanan yaitu perjalann Haji atau Umroh (El-Gohary, 2016). Di

dalam Al-Quran, banyak ayat yang menyebutkan dan mendukung untuk melakukan perjalanan yakni:

1. Ali-Imran: 137

Al-An'am: 11 2.

Al-Nahl: 36 3

Al-Naml: 69

5. Al-Hajj: 46

6. Fathir: 44

Muhammad: 10

Yunus: 22

Al-Mulk:15

Beberapa ayat-ayat Al-Quran di atas tersebut mendukung perjalanan dengan tujuan spritual, fisik, dan sosial (Zamani Farahani Hamira, C. Henderson Joan, 2010). Dari ayat-ayat tersebut dapat diambil hikmah bahwa penyerahan diri yang lebih dalam kepada Allah dimungkinkan dengan melihat langsung keindahan dan karunia ciptaan-Nya, serta memahami kecilnya manusia dapat mengagungkan kebesaran Tuhan. Perjalanan dapat pula meningkatkan kesehatan dan menugurangi stres, sehingga memungkinkan untuk beribadah lebih baik. Hubungan wisatawan dan agama juga ditegaskan, bahwa muslim sebagai tuan rumah harus memberikan keramah tamahan kepada wisatawan. Di dalam islam, doa safar lebih dikabulkan. Sehingga Islam memiliki pengaruh yang besar pada perjalanan dan mendorong pariwisata. Wisata halal muncul dari kebutuhan wisatawan muslim sesuai ajaran Islam yakni sesuai dengan Al- Quran dan Hadits.

Sehingga, Konsep wisata halal merupakan aktualisasi dari konsep ke-Islaman yakni nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utamanya. Hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata. Hingga kini, belum ada prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal yang disepakati dan tidak banyak literatur atau praktisi yang mendiskusikan dan memaparkan hal tersebut (El-Gohary, 2016).

Berikut rangkuman prinsip-prinsip dan atau syarat utama wisata halal:

- 1. Makanan halal
- 2. Tidak ada minuman keras (mengandung alkohol)
- 3. Tidak menyajikan produk dari babi
- 4. Tidak ada diskotik
- 5. Staf pria untuk tamu pria, dan staf wanita untuk tamu wanita
- 6. Hiburan yang sesuai
- 7. Fasilitas ruang ibadah (Masjid atau Mushalla) yang terpisah gender
- 8. Pakaian islami untuk seragam staf
- 9. Tersedianya Al-Quran dan peralatan ibadah (shalat) di kamar
- 10. Petunjuk kiblat
- 11. Seni yang tidak menggambarkan bentuk manusia
- 12. Toilet diposisikan tidak menghadap kiblat
- 13. Keuangan Syariah
- 14. Hotel atau perusahaan pariwisata lainnya harus mengikuti prinsip-prinsip zakat

Berdasarkan prinsip dan atau syarat utama wisata halal diatas, beberapa prinsip dapat berseberangan dengan kepentingan lainnya khususnya pada negara-negara non-Islam yang mengembangkan wisata halal. Sehingga diperlukan diskusi dan kajian mengenai hal tersebut, oleh para peneliti, praktisi, termasuk ulama yang paham akan hal ini. Namun, dari prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal diatas, makanan halal, produk yang tidak mengandung babi, tidak ada minuman keras, ketersediaan fasilitas ruang ibadah, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan ibadah (shalat) dikamar, petunjuk kiblat, dan pakaian staf yang sopan merupakan hal yang penting bagi wisatawan muslim (World Halal Travel Summit & Exhibition 2015, 2015).

Diplomasi publik

Dalam hubungan internasional kontemporer, status sebuah negara tidak hanya ditentukan oleh kekuatan militer ataupun ekonominya, tetapi juga ditentukan oleh nilai-nilai dan citra negara itu sendiri. Hal ini juga berkaitan dengan munculnya fenomena di mana suara publik merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kebijakan sebuah negara. Pentingnya citra positif ini menyebabkan banyak negara berlomba-lomba melakukan diplomasi publik untuk membangun citra yang positif di mata negara lain.

Diplomasi publik berhubungan dengan upaya memengaruhi sikap publik, meliputi dimensi-dimensi dalam hubungan internasional. Dimensi-dimensi tersebut selain dimensi penanaman opini publik oleh Pemerintah kepada masyarakat di negara lain, juga termasuk interaksi kelompok kepentingan suatu negara kepada kelompok kepentingan di negara lain (Sidiki, 2016, hal. 14).

Melihat dari penjelasan tersebut, dengan demikian dalam topik yang diangkat pada penelitian ini akan menggunakan landasan teori/konsep diplomasi publik sebagai pisau analisis untuk menjawab rumusan masalah. Ada banyak pengertian terkait dengan diplomasi publik itu sendiri, di sini akan diambil pengertian diplomasi publik menurut Mark Leonard, Ia adalah seorang penasihat kebijakan luar negeri Inggris.

Dalam bukunya yang berjudul *Public Diplomacy*, Mark Leonard menjelaskan bahwa bahwa diplomasi publik merupakan barang publik dalam membentuk citra dan reputasi untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk terlaksananya kepentingan suatu negara. Diplomasi publik tidak hanya sebatas pada penyampaian pesan satu arah atau propaganda, tetapi melebihi hal tersebut karena diplomasi publik melibatkan pembangunan hubungan dengan memahami kebutuhan negara lain beserta kebudayaan dan masyarakatnya, mengomunikasikan sudut pandang kita dan mengoreksi mispersepsi yang ada.

Mark Leonard menilai bahwa terdapat empat tujuan yang dapat dicapai dengan adanya diplomasi publik. *Pertama*, meningkatkan rasa kekeluargaan dengan negara lain, dengan cara membuat mereka memikirkan negara lain, memiliki citra yang baik terhadap suatu negara. *Kedua*, meningkatkan penghargaan masyarakat kepada negara tertentu, seperti mempunyai persepsi yang positif. *Ketiga*, mengeratkan hubungan dengan masyarakat di suatu negara, contohnya dengan cara pendidikan ke dalam kerja sama ilmiah, meyakinkan masyarakat di suatu negara untuk mendatangi tempat-tempat wisata, menjadi konsumen produk buatan lokal, pemberi pengetahuan mengenai nilai-nilai yang dijunjung oleh aktor.

Keempat, mempengaruhi masyarakat di negara lain untuk berinvestasi, dan menjadi partner dalam hubungan politik (Leonard, 2002, hal. 9).

Dari penjelasan di atas, menjelaskan bahwa pariwisata bisa menjadi sebuah cara dari pelaksanaan diplomasi publik dalam rangka meningkatkan hubungan dengan negera-negara lain. Pariwisata adalah industri besar dan berpengaruh terhadap publik, fakta bahwa pariwisata adalah industri besar yang melibatkan pergerakan milyaran manusia ke seluruh dunia, maka dikatakan bahwa pergerakan tersebut adalah pengaruh langsung dan tidak langsung dari aktivitas diplomasi. Pada akhirnya, dampak yang diinginkan dari aktivitas diplomasi publik adalah pembentukkan gambaran positif mengenai suatu negara.

Dalam implementasinya, Leonard menjelaskan bahwa diplomasi publik terbagi ke dalam tiga dimensi yang harus di upayakan untuk mencapai keberhasilan diplomasi publik yang dijalankan yaitu manajemen berita (news management), komunikasi strategis (strategic communication) dan pembangunan hubungan (realtionship building) (Leonard, 2002, hal. 11).

1. Manajemen Berita

Dalam era globalisasi saat ini, kita dapat melihat dan merasakan secara langsung dampak yang dihasilkan oleh proses global tersebut, salah satunya adalah penyebaran informasi yang begitu cepat dan tanpa batas. Dengan demikian dapat kita katakan bahwa penggunaan media sebagai penyebar informasi menjadi hal yang sangat penting sebagai media diplomasi publik. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memudahkan adanya manajemen berita. Oleh karena itu, Pemerintah

sebagai aktor yang menjalankan diplomasi berupaya untuk melakukan manajemen berita melalui media yang dilakukan setiap hari atau minggu karena isu domestik. Pemerintah melakukan manajemen dengan memanfaatkan berbagai media, baik *ofline* maupun *online*. Manajemen berita dilakukan Pemerintah dengan memberikan konten berita sesuai dengan kepentingan nasional (Leonard, 2002, hal. 12-13).

2. Komunikasi Strategis

Komunikasi strategis dapat dikatakan sebagai suatu bentuk kampanye politik dengan mengatur pesan apa yang ingin disampaikan serta merencanakan aktifitas untuk mendukung kampanye tersebut. Aktifitas ini ditujukan lebih kepada publik, seperti individu, organisasi non Pemerintah, maupun perusahaan. Komunikasi strategis dilakukan dalam jangka waktu bulan. Bertujuan untuk membentuk persepsi suatu negara secara keseluruhan dengan tidak membedakan institusi dalam melaksanakan tanggung jawabnya terhadap bidang bidang seperti politik, perdagangan, pariwisata, investasi dan hubungan budaya. Persepsi mengenai negara ini akan terlihat dengan jelas dalam bidang ekonomi, di mana sebagai sebuah produk, lingkungan investasi dan tujuan pariwisata menjadi mirip karena keduanya melihat pentingnya lingkungan suatu negara, seperti aman atau tidaknya negara tersebut, bagaimana budaya serta nilai-nilai yang berlaku di dalam masyarakatnya (Leonard, 2002, hal. 14-15).

3. Pembangunan Hubungan

Dimensi ini merupakan dimensi yang membutuhkan jangka waktu lama, yaitu tahunan. Hal ini disebabkan oleh upaya pembangunan hubungan dengan individu melalui beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi, membangung jaringan nyata maupun virtual serta memberikan akses masyarakat terhadap saluran media. Pembangunan hubungan ini bertujuan untuk menciptakan analisis bersama atas suatu isu dengan pemikiran yang sama dengan apa yang diinginkan oleh negara yang melaksanakan diplomasi publik. Dalam hal ini, individu lebih memahami kekurangan dan kelebihan suatu negara dan memahami alasan atas tindakan penanganan suatu isu dari sudut pandang negara tersebut (Leonard, 2002, hal. 18)

1.8 Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Berikut ini akan dipaparkan secara singkat pengertian atau makna dari pendekatan kualitatif. Dalam pengertiannya, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat empiris (dapat diamati dengan pancaindera sesuai dengan kenyataan), hanya saja pengamatan atas data bukanlah berdasarkan ukuran-ukuran matematis yang terlebih dulu ditetapkan peneliti dan harus dapat disepakati oleh pengamatan lain, melainkan berdasarkan ungkapan subjek penelitian sebagaimana yang dikehendaki dan dimaknai oleh subjek penelitian. Penelitian kualitatif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang fenomena, aktivitas-aktivitas, proses-

proses sosial. Penelitian yang dilakukan lebih terfokus pada makna dan pemahaman (Bakry, 2016, hal. 60).

Dalam penulisan ini, data yang didapat oleh penulis berasal dari sumber sekunder. Data sekunder penulis berasal dari jurnal-jurnal, berita, serta data-data yang dikeluarkan oleh badan-badan yang meneliti masalah wisata halal. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah bersifat deskriptif. Setelah data dikumpulkan, maka kemudian data akan diolah menjadi sebuah kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini (Lezi, 2011).

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini subjeknya adalah terfokus pada melakukan pencarian data pada instansi terkait seperti halnya Kementerian Pariwisata dan sumber lainnya dengan mencari informasi sebanyak mungkin dan selanjutnya melakukan analisis data. Fokus penelitian bermanfaat sebagai pembatas mengenai objek kajian yang diangkat, manfaat lainnya adalah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh.

Alat Pengumpulan Data

Alat/teknik pengumpulan data ialah adalah atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengumpulan data yang di lakukan dengan melakukan studi literatur yakni dengan mengumpulkan berbagai sumber tertulis berupa buku, jurnal ilmiah, dokumen pribadi, dokumen resmi, laporan,

makalah dan sebagainya. Langkah ini penting mengingat banyaknya tulisan-tulisan yang mengandung sudut pandang berbeda.

Proses Penelitian

Proses penelitian adalah menyangkut perencanaan atau langkah dalam melakukan riset, dimulai dari pra riset sampai mendapatkan data yang selanjutnya di analisis kemudian menyimpulkan hasil penelitian. Pentingnya prosedur ini adalah sebagai panduan bagi peneliti dalam melakukan riset. Oleh karena itu, riset ini akan dilakukan melalui beberapa langkah proses:

1. Pra Riset

Pra riset mencakup kegiatan untuk persiapan riset. Ini termasuk: melihat hasil laporan terkait penelitian, membaca bahan bacaan yang sesuai dengan penelitian.

2. Pengambilan Data

Riset ini akan mendapatkan data dari sumber primer dan sekunder. Sumber premier didapatkan dari laporan Pemerintah atas masalah yang di angkat yang sudah di publikasikan dengan atas nama instansi terkait. Sumber sekunder akan dipilih dari berbagai media tertulis, mencakup: majalah berkala, buku teks akademis, pernyataan resmi Pemerintah dan publikasi, dan surat kabar harian. Pemilihan sumber sekunder didasarkan pada reputasi kredibilitas media / penerbit dan hubungannya dengan topik riset.

3. Analisis Data

Setelah mengumpulkan data, tahap penting berikutnya adalah menganalisis data sesuai dengan pembahasan penelitian yang diangkat.

Setelah melewati beberapa proses tersebut, data yang dipandang sesuai dengan kebutuhan penelitian selanjutnya akan dimasukan kedalam bahasan penelitian dan tidak lupa untuk mencantumkan referensi apabila mengutip dari sumber-sumber tertentu.

