

STRATEGI DIPLOMASI KOREA SELATAN TERHADAP INDONESIA DALAM PROGRAM LABELISASI HALAL PRODUK MAKANAN KOREA SELATAN

Abd. Syakur¹

1. Program Studi Magister Hubungan Internasional Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze South Korea's diplomatic strategy toward Indonesia in responding to the halal food labeling policy. Indonesia's halal policy, regulated under the Halal Product Assurance Law, serves not only as a domestic consumer-protection instrument but also as a form of regulatory power with cross-border implications. In this context, the study examines how the policy shapes South Korea's diplomatic responses through economic diplomacy, the use of cultural soft power, and the involvement of state and non-state actors, using a qualitative approach based on a literature review, document analysis, and policy analysis.

The findings indicate that South Korea responds to Indonesia's halal policy through adaptive, regulatory-compliant economic diplomacy, adjusting its production and export systems to Indonesia's halal standards without establishing a national halal law. Cultural soft power, driven by the Korean Wave, serves as a catalyst for public acceptance but does not replace halal certification as a formal mechanism of legitimacy. Furthermore, halal diplomacy operates through a multi-actor model involving both state and non-state actors. This study concludes that halal diplomacy represents a contemporary form of value-based diplomacy that integrates regulatory power, economic diplomacy, cultural soft power, and multi-actor engagement.

Keywords: Halal Diplomacy, Economic Diplomacy, Cultural Soft Power, Halal Policy, State and Non-State Actors

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi diplomasi Korea Selatan terhadap Indonesia dalam merespons kebijakan labelisasi halal produk makanan. Kebijakan halal Indonesia yang diatur melalui Undang-Undang Jaminan Produk Halal tidak hanya berfungsi sebagai instrumen perlindungan konsumen domestik, tetapi juga sebagai bentuk kekuasaan regulatif dengan implikasi lintas negara. Dalam konteks ini, penelitian mengkaji bagaimana kebijakan tersebut membentuk respons diplomatik Korea Selatan melalui diplomasi ekonomi, pemanfaatan soft power budaya, serta keterlibatan aktor negara dan non-negara, dengan menggunakan metode kualitatif melalui studi pustaka, analisis dokumen, dan analisis kebijakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Korea Selatan merespons kebijakan halal Indonesia melalui diplomasi ekonomi yang adaptif dan patuh terhadap regulasi (regulatory-compliant diplomacy), dengan menyesuaikan sistem produksi dan ekspor terhadap standar halal Indonesia tanpa membentuk undang-undang halal nasional. Soft power budaya melalui fenomena Korean Wave berperan sebagai katalis dalam meningkatkan penerimaan publik, namun tidak menggantikan sertifikasi halal sebagai mekanisme legitimasi formal. Selain itu, diplomasi halal dijalankan melalui model multi-aktor yang melibatkan aktor negara dan non-negara. Penelitian ini menyimpulkan bahwa diplomasi halal merupakan bentuk diplomasi kontemporer berbasis nilai yang mengintegrasikan kekuasaan regulatif, diplomasi ekonomi, soft power budaya, serta keterlibatan multi-aktor.

Kata Kunci: Diplomasi Halal, Diplomasi Ekonomi, Soft Power Budaya, Kebijakan Halal, Aktor Negara dan Non-Negara

PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi telah mendorong perubahan mendasar dalam pola interaksi antarnegara, khususnya dalam perdagangan internasional yang kini tidak hanya ditentukan oleh harga dan kualitas produk, tetapi juga oleh kesesuaian dengan nilai, norma, dan regulasi negara tujuan. Dalam konteks ini, isu halal mengalami transformasi signifikan dari sekadar konsep religius menjadi standar global yang memiliki dimensi ekonomi, politik, dan diplomasi. Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memainkan peran strategis dalam ekonomi halal global melalui kebijakan labelisasi halal yang diatur dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Kebijakan ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen perlindungan konsumen, tetapi juga sebagai bentuk kekuasaan regulatif yang berdampak lintas negara, sehingga menuntut negara pengekspor untuk menyesuaikan sistem produksi dan distribusinya. Kondisi tersebut menjadikan pasar Indonesia sebagai arena penting bagi negara-negara, termasuk Korea Selatan, dalam merumuskan strategi adaptasi dan diplomasi ekonomi.

Korea Selatan menunjukkan respons yang unik dan strategis dalam menghadapi kebijakan tersebut. Secara struktural, sektor makanan bukan merupakan sektor dominan dalam ekspor nasional Korea Selatan, dengan kontribusi yang relatif kecil dibandingkan sektor manufaktur dan teknologi. Namun demikian, produk makanan Korea Selatan justru mengalami ekspansi global yang signifikan, termasuk di Indonesia, yang didorong oleh kekuatan *soft power* budaya melalui fenomena *Korean Wave*. Hal ini menunjukkan bahwa penetrasi pasar tidak semata-mata didasarkan pada logika ekonomi klasik, melainkan melalui strategi diplomasi yang terintegrasi, termasuk diplomasi ekonomi, budaya, dan simbolik. Dalam konteks ini, labelisasi halal menjadi instrumen strategis yang tidak hanya bersifat teknis-administratif, tetapi juga politis dan diplomatis. Korea Selatan tidak memandang kebijakan halal Indonesia sebagai hambatan, melainkan sebagai peluang untuk memperkuat hubungan bilateral melalui kerja sama, fasilitasi sertifikasi halal, serta pembangunan citra sebagai negara yang ramah terhadap konsumen Muslim.

Fenomena ini mencerminkan pergeseran praktik diplomasi kontemporer yang tidak lagi terbatas pada isu politik dan keamanan, tetapi juga mencakup dimensi nilai, budaya, dan konsumsi publik. Labelisasi halal berfungsi sebagai arena negosiasi antara kepentingan ekonomi Korea Selatan dan kedaulatan regulasi Indonesia, dengan melibatkan berbagai aktor negara dan non-negara dalam prosesnya. Meskipun demikian, kajian akademik mengenai diplomasi halal masih relatif terbatas, khususnya yang menempatkan kebijakan halal sebagai instrumen strategis dalam hubungan antara negara non-Muslim dan negara mayoritas Muslim. Selain itu, terdapat kesenjangan penelitian terkait analisis aktor, mekanisme, serta implikasi diplomasi halal terhadap kepercayaan publik dan hubungan bilateral kedua negara.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi diplomasi Korea Selatan terhadap Indonesia dalam program labelisasi halal produk makanan, dengan menelaah peran diplomasi ekonomi, *soft power*, serta keterlibatan aktor negara dan non-negara. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji implikasi strategi tersebut terhadap hubungan bilateral Korea Selatan–Indonesia serta terhadap dinamika kebijakan halal di Indonesia. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian hubungan

internasional, khususnya dalam pengembangan konsep diplomasi berbasis nilai. Sementara secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri dalam merumuskan strategi yang lebih adaptif terhadap dinamika perdagangan global yang semakin dipengaruhi oleh faktor regulasi, budaya, dan kepercayaan publik.

KERANGKA ANALITIK

Penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa dinamika hubungan internasional kontemporer tidak lagi hanya didominasi oleh isu politik dan keamanan, tetapi juga mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan nilai-nilai budaya. Dalam konteks ini, kebijakan labelisasi halal yang diterapkan oleh negara pengimpor menjadi fenomena penting yang tidak hanya bersifat domestik, tetapi juga memiliki implikasi internasional, khususnya terhadap negara pengekspor.

Secara teoretis, diplomasi dipahami sebagai instrumen strategis yang digunakan negara untuk mengelola perbedaan kepentingan melalui cara-cara damai, termasuk merespons kebijakan domestik negara lain yang berdampak lintas batas. Perkembangan diplomasi menuju bentuk yang multidimensional dan melibatkan berbagai aktor memperluas ruang interaksi, sehingga isu halal yang sebelumnya bersifat religius kini menjadi bagian dari praktik diplomasi kontemporer. Dalam kerangka tersebut, diplomasi ekonomi menjadi pendekatan utama yang menjelaskan bagaimana negara pengekspor merespons kebijakan labelisasi halal. Labelisasi halal diposisikan sebagai hambatan non-tarif yang sah, sehingga menuntut negara pengekspor untuk melakukan adaptasi melalui negosiasi, penyesuaian standar produksi, serta kerja sama kelembagaan. Diplomasi ekonomi tidak hanya berfungsi untuk menjaga akses pasar, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan reputasi di pasar internasional.

Selanjutnya, *soft power* berperan sebagai elemen pendukung yang memperkuat efektivitas diplomasi. Daya tarik budaya suatu negara dapat meningkatkan preferensi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Namun, dalam konteks negara dengan mayoritas Muslim, daya tarik tersebut tidak cukup tanpa adanya legitimasi normatif. Oleh karena itu, labelisasi halal menjadi instrumen penting yang menghubungkan daya tarik budaya dengan kepercayaan publik, sehingga memungkinkan produk diterima secara lebih luas. Konsep halal dan labelisasi halal dalam penelitian ini dipahami sebagai fenomena multidimensional yang mencakup aspek religius, regulatif, ekonomi, dan simbolik. Label halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kepatuhan terhadap hukum Islam, tetapi juga sebagai indikator kualitas, keamanan, dan kredibilitas produk. Hal ini menjadikan halal sebagai standar global yang memengaruhi pola perdagangan internasional.

Berdasarkan integrasi konsep-konsep tersebut, penelitian ini menggunakan diplomasi halal sebagai kerangka analisis utama. Diplomasi halal dipahami sebagai bentuk interaksi strategis yang menggabungkan dimensi diplomasi ekonomi, *soft power*, dan regulasi untuk membangun kerja sama serta kepercayaan dengan negara atau masyarakat Muslim. Dalam praktiknya, diplomasi halal melibatkan interaksi multi-aktor antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku industri.

Dengan demikian, alur pemikiran penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: kebijakan labelisasi halal di negara pengimpor, menciptakan hambatan non-tarif bagi negara pengekspor lalu dapat mendorong respons melalui diplomasi ekonomi dan dengan diperkuat oleh *soft power* budaya dapat diinstitutionalisasi melalui sertifikasi halal sehingga membentuk strategi diplomasi halal sebagai upaya adaptasi, negosiasi, dan pembangunan kepercayaan dalam hubungan internasional. Kerangka analitik ini menunjukkan bahwa keberhasilan negara pengekspor dalam menghadapi kebijakan halal tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis memenuhi standar, tetapi juga oleh efektivitas strategi diplomasi yang mampu mengintegrasikan aspek ekonomi, budaya, dan nilai-nilai kepercayaan secara komprehensif.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan karakter deskriptif-analitis melalui metode studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam fenomena strategi diplomasi Korea Selatan terhadap Indonesia dalam konteks kebijakan labelisasi halal produk makanan. Fenomena tersebut tidak hanya bersifat kompleks dan multidimensional, tetapi juga sarat dengan nilai, norma, serta kepentingan yang tidak dapat dijelaskan secara sederhana melalui pendekatan kuantitatif. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dianggap paling relevan karena mampu menangkap makna, interpretasi, serta dinamika hubungan yang berkembang dalam praktik diplomasi tersebut. Dalam kerangka ini, penelitian tidak memosisikan diplomasi halal sebagai variabel tunggal yang berdiri sendiri, melainkan sebagai hasil interaksi dari berbagai dimensi yang saling berkaitan, seperti regulasi negara, kepentingan ekonomi, nilai budaya, serta keterlibatan aktor negara dan non-negara. Pendekatan deskriptif-analitis memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menggambarkan fenomena secara sistematis, tetapi juga melakukan analisis kritis dengan mengaitkan temuan empiris dengan kerangka teori yang telah dirumuskan. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengidentifikasi pola hubungan, dinamika, serta makna yang terkandung dalam praktik diplomasi halal dalam konteks hubungan bilateral Korea Selatan dan Indonesia.

Data yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya diperoleh melalui studi pustaka, yang mencakup sumber data primer dan sekunder. Data primer berupa dokumen resmi yang memiliki otoritas langsung terhadap isu yang diteliti, seperti peraturan perundang-undangan terkait labelisasi dan sertifikasi halal di Indonesia, kebijakan perdagangan dan diplomasi Korea Selatan, serta publikasi resmi dari lembaga sertifikasi halal. Selain itu, laporan kerja sama bilateral dan pernyataan kebijakan pemerintah juga digunakan karena mencerminkan secara langsung arah kebijakan dan strategi negara dalam merespons isu halal. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur akademik, seperti buku teks, artikel jurnal nasional dan internasional, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik diplomasi, *soft power*, dan ekonomi halal. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat analisis dengan memberikan landasan teoretis sekaligus memperkaya perspektif dalam memahami fenomena yang diteliti.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran pustaka secara sistematis dan terencana. Peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi fokus penelitian dan menentukan

kata kunci utama yang relevan, seperti diplomasi ekonomi, diplomasi halal, labelisasi halal, serta hubungan Korea Selatan dan Indonesia. Kata kunci tersebut kemudian digunakan untuk menelusuri berbagai sumber literatur melalui basis data akademik, perpustakaan digital, dan dokumen institusional yang kredibel. Selanjutnya, sumber-sumber yang diperoleh diseleksi dan dievaluasi berdasarkan tingkat relevansi, kualitas akademik, serta kontribusinya terhadap penelitian. Literatur yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak digunakan dalam analisis. Data yang telah terpilih kemudian diklasifikasikan dan disusun berdasarkan tema-tema tertentu sesuai dengan kerangka pemikiran penelitian, sehingga memudahkan proses analisis yang sistematis dan terstruktur.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis kualitatif deskriptif melalui teknik analisis isi (*content analysis*). Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi, menafsirkan, dan memahami makna yang terkandung dalam berbagai sumber data pustaka. Proses analisis diawali dengan reduksi data, yaitu memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya, data yang telah dipilih dikelompokkan ke dalam kategori tematik, seperti diplomasi ekonomi, *soft power*, kebijakan halal, serta peran aktor negara dan non-negara. Tahap berikutnya adalah interpretasi data, di mana peneliti mengaitkan temuan yang diperoleh dengan kerangka teori dan kerangka pemikiran yang telah disusun sebelumnya. Pada tahap ini, analisis dilakukan secara kritis untuk mengungkap pola hubungan, dinamika, serta implikasi dari fenomena yang diteliti. Proses analisis diakhiri dengan penarikan kesimpulan yang didasarkan pada sintesis temuan serta keterkaitan antar konsep, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan argumentatif.

Untuk menjamin keabsahan dan keandalan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber data yang berbeda, seperti dokumen kebijakan, artikel jurnal, dan laporan institusional, guna memastikan konsistensi informasi serta meminimalkan potensi bias dari satu sumber tertentu. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan triangulasi teori dengan menggunakan lebih dari satu perspektif teoretis, yaitu diplomasi ekonomi dan *soft power*, dalam menganalisis fenomena diplomasi halal. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif dan tidak bersifat reduksionis, karena fenomena yang diteliti dipahami dari berbagai sudut pandang. Dengan demikian, meskipun penelitian ini berbasis studi pustaka dan tidak melibatkan observasi lapangan secara langsung, validitas temuan tetap dapat dijaga dan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi secara akademis.

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini menegaskan bahwa kebijakan labelisasi halal Indonesia tidak dapat dipahami semata sebagai instrumen administratif domestik, melainkan sebagai bentuk kekuasaan regulatif yang memiliki implikasi signifikan dalam hubungan internasional, khususnya dalam relasi bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan. Melalui Undang-Undang Jaminan Produk Halal, Indonesia berhasil memposisikan diri sebagai penentu standar (*rule maker*) dalam tata kelola halal yang berdampak lintas negara. Kekuasaan ini tidak diwujudkan melalui tekanan politik maupun ekonomi secara langsung, tetapi melalui mekanisme regulasi yang sah, mengikat, serta memiliki legitimasi sosial dan

moral yang kuat. Dalam perspektif ekonomi politik internasional, kebijakan berbasis standar seperti ini dapat dikategorikan sebagai hambatan non-tarif, namun dalam kasus Indonesia, karakter religius dan konstitusional dari kebijakan halal menjadikannya lebih sulit dipersoalkan secara internasional.

Legitimasi berbasis nilai keagamaan tersebut memperkuat posisi Indonesia dalam menjalankan apa yang dapat dipahami sebagai *soft regulatory power*, yakni kemampuan memengaruhi perilaku negara lain melalui standar dan aturan yang diterima secara normatif. Dampak ekstrateritorial dari kebijakan ini terlihat dari kewajiban bagi produk Korea Selatan untuk memenuhi standar halal Indonesia agar dapat memasuki pasar domestik. Kondisi ini menciptakan asimetri regulatif dalam hubungan bilateral, di mana Indonesia berperan sebagai penentu standar, sementara Korea Selatan berada pada posisi adaptif. Namun demikian, asimetri ini tidak memicu konflik, melainkan mendorong terbentuknya pola kerja sama yang bersifat kooperatif. Hal ini menunjukkan bahwa kekuasaan regulatif berbasis nilai cenderung menghasilkan respons yang lebih konstruktif dibandingkan pendekatan koersif.

Dalam merespons tekanan regulatif tersebut, Korea Selatan mengembangkan strategi diplomasi ekonomi yang bersifat adaptif dan pragmatis. Kebijakan halal Indonesia tidak dipandang sebagai hambatan yang harus dilawan, melainkan sebagai realitas regulatif yang perlu dikelola melalui instrumen diplomasi ekonomi. Pendekatan ini mencerminkan pergeseran dalam praktik diplomasi ekonomi kontemporer, di mana fokus tidak lagi hanya pada negosiasi tarif atau peningkatan ekspor, tetapi juga pada kemampuan negara untuk menavigasi perbedaan regulasi dan standar. Korea Selatan memilih untuk tidak membentuk undang-undang halal nasional, melainkan menyesuaikan sistem produksi dan ekspor yang ada agar sesuai dengan standar halal Indonesia. Strategi ini mencerminkan bentuk *regulatory-compliant diplomacy*, yaitu diplomasi yang berorientasi pada kepatuhan terhadap standar negara mitra guna menjaga akses pasar dan stabilitas hubungan ekonomi.

Pendekatan adaptif tersebut juga menunjukkan bahwa diplomasi ekonomi tidak selalu bersifat ofensif, melainkan dapat berfungsi sebagai mekanisme penyesuaian terhadap kekuasaan regulatif pihak lain. Korea Selatan, sebagai negara dengan orientasi ekonomi berbasis ekspor, memiliki kepentingan strategis untuk mempertahankan reputasi sebagai mitra dagang yang patuh regulasi. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap standar halal Indonesia tidak hanya dipahami sebagai kewajiban teknis, tetapi juga sebagai strategi reputasional dalam perdagangan global. Temuan ini memperkaya pemahaman tentang diplomasi ekonomi dengan menunjukkan bahwa relasi kekuasaan dalam perdagangan internasional tidak selalu bersifat dominatif, tetapi juga dapat mencerminkan penerimaan terhadap standar yang memiliki legitimasi kuat.

Selain dimensi regulatif dan ekonomi, penelitian ini juga menyoroti peran *soft power* budaya Korea Selatan sebagai instrumen pendukung dalam diplomasi halal. Fenomena Korean Wave telah menciptakan daya tarik budaya yang kuat di Indonesia dan membentuk persepsi positif terhadap produk-produk Korea. Daya tarik ini berfungsi sebagai katalis yang mempercepat penerimaan awal (*initial trust*) masyarakat terhadap produk makanan Korea Selatan. Namun demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa *soft power* budaya tidak cukup untuk menjamin penerimaan pasar secara penuh. Dalam konteks masyarakat

mayoritas Muslim, penerimaan akhir tetap ditentukan oleh kepatuhan terhadap standar halal sebagai bentuk legitimasi formal.

Dengan demikian, *soft power* budaya dan labelisasi halal menjalankan fungsi yang berbeda namun saling melengkapi. *Soft power* berperan dalam membangun afinitas emosional dan ketertarikan awal, sementara label halal memberikan jaminan kepercayaan yang memungkinkan terjadinya konsumsi nyata. Korea Selatan tidak menggunakan daya tarik budaya untuk menegosiasikan atau melemahkan standar halal Indonesia, melainkan untuk menormalisasi kepatuhan terhadap standar tersebut sebagai bagian dari citra positif negara. Strategi ini mencerminkan pendekatan diplomasi yang sensitif terhadap nilai (*value-sensitive diplomacy*), di mana penghormatan terhadap norma lokal menjadi bagian dari strategi internasional.

Lebih lanjut, pembahasan ini menegaskan bahwa diplomasi halal tidak bersifat negara-sentris, melainkan dijalankan melalui model multi-aktor yang melibatkan aktor negara dan non-negara secara komplementer. Negara Indonesia berperan sebagai regulator yang menetapkan standar halal, sementara pemerintah Korea Selatan berfungsi sebagai fasilitator kebijakan yang mendukung pelaku industri dalam memenuhi standar tersebut. Di sisi lain, aktor non-negara seperti lembaga sertifikasi halal, organisasi keagamaan, dan pelaku industri memiliki peran penting dalam implementasi teknis dan pemberian legitimasi sosial. Dalam konteks Korea Selatan sebagai negara non-Muslim, peran aktor non-negara menjadi semakin signifikan karena legitimasi keagamaan tidak sepenuhnya dapat disediakan oleh negara. Keterlibatan multi-aktor ini menunjukkan bahwa diplomasi halal merupakan bentuk diplomasi fungsional yang berorientasi pada penyelesaian masalah konkret melalui kerja sama teknis dan institusional. Proses diplomasi tidak hanya berlangsung pada tingkat antarnegara, tetapi juga pada tingkat implementasi, seperti sertifikasi, produksi, dan distribusi. Keberhasilan diplomasi halal sangat bergantung pada koordinasi antaraktor yang memiliki peran berbeda namun saling melengkapi, mulai dari penetapan kebijakan hingga penerimaan pasar oleh konsumen. Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa diplomasi halal merupakan bentuk diplomasi kontemporer yang mengintegrasikan kekuasaan regulatif, diplomasi ekonomi, *soft power* budaya, serta keterlibatan multi-aktor. Kasus hubungan Indonesia–Korea Selatan menunjukkan bahwa isu berbasis nilai seperti halal dapat dikelola secara kooperatif melalui strategi yang adaptif dan fungsional. Temuan ini memperkaya kajian hubungan internasional dengan menunjukkan bahwa kekuasaan tidak selalu diwujudkan melalui kekuatan keras (*hard power*), tetapi juga melalui regulasi yang memiliki legitimasi normatif serta kemampuan untuk membentuk perilaku aktor lain dalam sistem internasional.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi diplomasi Korea Selatan terhadap Indonesia dalam konteks labelisasi halal produk makanan merepresentasikan bentuk diplomasi kontemporer yang bersifat adaptif, regulatif, dan berbasis multi-aktor. Diplomasi halal tidak dijalankan melalui tekanan politik maupun negosiasi kekuatan, melainkan melalui mekanisme kepatuhan terhadap kebijakan halal Indonesia yang memiliki legitimasi hukum, sosial, dan moral yang kuat. Dalam hal ini, kebijakan labelisasi halal Indonesia tidak hanya

berfungsi sebagai instrumen perlindungan konsumen domestik, tetapi juga sebagai bentuk kekuasaan regulatif (*regulatory power*) yang mampu membentuk perilaku negara lain dalam hubungan internasional. Melalui kewajiban sertifikasi halal yang mengikat, Indonesia berhasil memposisikan diri sebagai *rule maker* dalam tata kelola halal yang berdampak lintas negara tanpa menggunakan instrumen koersif.

Lebih lanjut, respons Korea Selatan menunjukkan praktik diplomasi ekonomi yang bersifat *regulatory-compliant*, yaitu berorientasi pada penyesuaian kebijakan dan praktik domestik terhadap standar negara mitra guna mempertahankan akses pasar dan stabilitas hubungan ekonomi. Pendekatan pragmatis ini menegaskan bahwa diplomasi ekonomi kontemporer tidak selalu bertujuan untuk memengaruhi kebijakan negara lain, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme adaptasi terhadap kekuasaan regulatif eksternal. Di sisi lain, *soft power* budaya Korea Selatan melalui fenomena Korean Wave berperan sebagai katalis dalam membangun afinitas dan kepercayaan awal masyarakat, namun tidak dapat menggantikan sertifikasi halal sebagai sumber legitimasi formal dalam pasar mayoritas Muslim. Selain itu, diplomasi halal dijalankan melalui model multi-aktor yang melibatkan aktor negara sebagai regulator dan fasilitator kebijakan, serta aktor non-negara sebagai pelaksana teknis dan sumber legitimasi sosial. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa diplomasi halal merupakan bentuk diplomasi berbasis nilai yang mengintegrasikan kekuasaan regulatif, diplomasi ekonomi adaptif, *soft power* budaya, dan keterlibatan multi-aktor, sekaligus memperkaya kajian hubungan internasional dalam memahami peran norma dan regulasi sebagai sumber pengaruh dalam tata kelola global.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani, H., & Slamet, M. (2021). Building the values of *rahmatan lil 'alamin* for Indonesian economic development in the 4.0 era from the perspective of philosophy and Islamic economic law. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 16(1), 111–136.
- Asri, S. (2023). Korean wave as a tool of public diplomacy: The impact of South Korean cultural globalization in Indonesia from 2018 to 2023. *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara*, 2(1), 303–317.
- Assabil, Q., & Triyatno, A. (2023). Diplomasi budaya Korea Selatan & K-Pop pada 2021. *Jurnal Sosial Politik Peradaban (JSPP)*, 4(1), 75–100.
- Asy'ari, M. S., Taolo, V. F., Cangara, A. R., & Lumumba, P. (2024). The impact of South Korean gastrodiploamcy in Indonesia on the development of Korean food business opportunities. *Tamalanrea: Journal of Government and Development (JGD)*, 1(1), 12–19.
- Ayhan, K. J., & Jang, S. (2022). Inter-Korean people-to-people diplomacy: Social and cultural exchanges across the 38th parallel. *The Hague Journal of Diplomacy*, 18(1), 95–132.
- Băjenaru, I. R. (2022). Bangtan Boys (BTS) as part of South Korea's cultural diplomacy and soft power strategy. *Romanian Review of Political Sciences and International Relations*, 19(1), 156–180.

- Cahyati, A. N., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh labelisasi halal dan halal awareness terhadap keputusan pembelian Korean food pada Gen-Z Muslim Jawa Timur. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(1), 85–96.
- Cho, S.-Y., Claus-Kim, D., Lee, E.-J., & Lee, S. (2023). The rise of South Korea's soft power in Europe: A survey analysis of public diplomacy. *Korea Observer*, 54(2).
- Darmanto, D., Cahyo, E. N., Nengrum, Y. S., & Adefiannisa, F. J. (2025). Linguistic diplomacy: The role of Korean language in Indonesia–South Korea relations. *Jurnal Multidisipliner Bharasumba*, 4(3), 401–419.
- Desky, H., & Rijal, S. (2025). The role of halal certification in enhancing global trade and market access. In *Proceedings of the 9th International Conference on Strategic and Global Studies (ICSGS 2025)* (pp. 82–94).
- Dirir, K. A. (2022). Japan and South Korea's implication of soft power: Cultural aspects, education, and foreign aid diplomacy. *Humanities and Social Sciences*, 10(4), 271–280.
- Elwardah, K., Yusniar, Y., Harto, B., & Solapari, N. (2024). Pengaruh sertifikasi halal, pemasaran produk halal, dan kepuasan konsumen terhadap pertumbuhan industri halal di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(5), 658–669.
- Fahrisa, T. R. (2022). Exports driven by Hallyu increasing South Korea's economic growth: A cultural diplomacy approach. *Jurnal Hubungan Internasional*, 15(1).
- Fazry, M. M., Situmeang, N., & Astuti, W. R. D. (2022). Case study of South Korean cultural diplomacy towards Indonesia: SM Entertainment as a non-state actor in promoting K-Pop culture in Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(5), 4374–4386.
- Firdaus, F. (2015). Kedudukan hukum internasional dalam sistem perundang-undangan nasional Indonesia. *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum*, 8(1), 36–52.
- Firdaus, S., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis religiusitas dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian Korean food di Kota Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1579–1583.
- Gaus, G., & Thrasher, J. (2021). *Philosophy, politics, and economics: An introduction*. Princeton University Press.
- Glodev, V., Wijaya, G., & Ida, R. (2023). The Korean wave as the globalization of South Korean culture. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 108–120.
- Gunawan, I. (2024). Korean cultural diplomacy: Uniting society through soft power. *Jurnal Info Sains: Informatika dan Sains*, 14(1), 1079–1086.
- Hadi, A. (2021). *Penelitian kualitatif: Studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. CV. Pena Persada.
- Huy, H. T. (2024). Measuring the efficiency of the Republic of Korea's cultural diplomacy in Vietnam under Moon Jae-in's presidency (2017–2022). *VNUHCM Journal of Science and Technology Development*, 27(1), 3251–3261.
- Ismail, A. (2023). Uncovering the way of K-Pop as a cultural diplomacy strategy of South Korea in Indonesia. *Jurnal Studi Diplomasi dan Keamanan*, 15(1), 1–19.
- Japar, R., Paraikkasi, I., & Muthiadin, C. (2024). Peran lembaga sertifikasi halal dalam membangun ekosistem halal: Tantangan dan peluang. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 4(2), 34–44.

- Jin, D. Y. (2024). The rise of digital platforms as a soft power apparatus in the new Korean wave era. *Communication and the Public*, 9(2), 161–177.
- Kerzner, H. (2022). *Innovation project management: Methods, case studies, and tools for managing innovation projects*. John Wiley & Sons.
- Kunkunrat, K. (2024). Korean cultural diplomacy: Uniting society through soft power. *Best Journal of Administration and Management*, 2(3), 157–162.
- Lexy J. Moleong. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif (edisi revisi)*. PT Remaja Rosdakarya. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- Moh, M., & Nikmah, C. (2024). Digital transformation in South Korea's halal market development. *ASEAN Journal of Halal Study*, 1(1), 23–35.
- Najia, R. (2023). Muslim students' perception towards the halalness of Korean food culture in Malang. *BASA Journal of Language & Literature*, 3(2), 71–76.
- Nihayati, A., Pertiwi, E. A., & Haripa, T. I. (2022). The analysis of South Korean gastrodiplomacy towards the increase of kimchi exports. *Journal of World Trade Studies*, 6(2), 53–66.
- Nugraheni, E., et al. (2025). Analyzing halal concerns on Korean food using text-mining: Perspectives from Indonesian social media users. *International Journal on Food System Dynamics*, 1–14.
- Paraswati, R., Rosyid, M., & Sa'adah, S. S. (2024). The dynamics of halal food industry: A comparative analysis of multiculturalism and bureaucracy in South Korea and Indonesia (2014–2019). *Harmoni*, 23(2), 180–206.
- Rahma, S., Yusuf, M., & Astuti, A. F. (2024). Pengaruh Korean wave, kesadaran halal, dan harga terhadap daya beli Korean food di Kota Jambi. *ECo-Buss*, 6(3), 1300–1314.
- Ramadhani, K., et al. (2023). Trends of cosmetics and Korean food and its halal status in Indonesian teenager perspective: A literature review. *Ikesma*, 19(3), 187.
- Sandelowski, M. (2001). Real qualitative researchers do not count: The use of numbers in qualitative research. *Research in Nursing & Health*, 24(3), 230–240.
- Sasongko, D. F., et al. (2024). Internalisasi nilai moderasi beragama dalam sistem ekonomi syariah pada UMKM halal. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(4), 1303–1320.
- Shin, J., Seo, M., & Kwon, J. (2025). Towards a harmonious welcome: Mobilising collectivist values for Muslim-friendly policy in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1–20.
- Simorangkir, D. N. (2023). Cultural diplomacy and nation branding: Learning from Korean dramas in Indonesia. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 25.
- Sun, X. (2024). The application of the Korean wave in South Korea's cultural diplomacy. *Journal of Sociology and Ethnology*, 6(3), 29–37.
- Suryawan, A. S., Hisano, S., & Jongerden, J. (2022). Negotiating halal: The role of non-religious concerns in shaping halal standards in Indonesia. *Journal of Rural Studies*, 92, 482–491. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.09.013>
- Susilawati, C., Joharudin, A., Abduh, M., & Sonjaya, A. (2023). The influence of religiosity and halal labeling on purchase intention of non-food halal products. *Indonesian Journal of Halal Research*, 5(2), 77–89.

- Susilowati, E., & Toruan, N. S. L. (2024). Halal label: Interreligious youth's consumption decisions regarding Korean products. *Journal of Halal Product and Research*, 7(2).
- Susilowati, L., & Novitasari, E. S. (2025). The influence of halal label, Korean wave, and halal awareness on purchase interest in Korean food among Generation Z. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism*, 5(2), 235–251.
- Widyanto, H. A., & Sitohang, I. A. T. (2022). Muslim millennials' purchase intention of halal-certified products: The mediating effect of attitude. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1373–1394. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0117>
- Yoon, S.-W., & Zamorano, M. M. (2023). EU–South Korea international cultural relations in the twenty-first century. *Asia Europe Journal*, 21(4), 565–585.
- Yun, E., & Lim, S. (2022). When does cultural diplomacy work? The effectiveness of South Korea's diplomatic anniversary cultural events. *Korea Observer*, 53(2), 323–35