

Abstrak

Pariwisata telah menjadi suatu kegiatan yang dampaknya telah meluas ke berbagai sektor kehidupan. Dampak pariwisata juga dirasakan oleh para pendukung kegiatan tersebut seperti penyedia jasa perhotelan dan transportasi, restoran, cinderamata, dan lain-lain. Maka dari itu tren pariwisata saat ini membuat kedudukannya beranjak dari sektor sekunder menjadi sektor primer, dan bahkan sudah dikategorikan sebagai sebuah industri. Beberapa negara telah menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu prioritas utama pengembangan untuk mendukung pembangunan negara, seperti yang dilakukan Korea Selatan. Selain pariwisata yang bersifat *leisure*, pariwisata MICE Korea juga memiliki keunggulan yang mampu menarik wisatawan MICE global termasuk Indonesia. Dalam mencapai tujuannya meningkatkan wisatawan MICE Indonesia, Korea menggunakan strategi diplomasi publik Leonard dengan melaksanakan tiga dimensinya yaitu 1.) manajemen berita, 2.) komunikasi strategis, dan 3.) membangun hubungan. Pada penelitian akan dibahas lebih lanjut mengenai apa saja strategi diplomasi publik Korea melalui tiga dimensi tersebut untuk meningkatkan wisatawan MICE Indonesia yang berkunjung ke Korea selama tahun 2016-2018.

Kata-kata kunci: pariwisata Korea Selatan, pariwisata MICE Korea Selatan, Wisatawan MICE Indonesia, diplomasi publik Leonard

Abstract

Tourism has become an activity whose impact has extended to various sectors of life. The impact of tourism is also felt by supporters of these activities such as hospitality and transportation service providers, restaurants, souvenirs, and others. Therefore the current tourism trend makes its position which was in the secondary sector become the primary sector, and even has been categorized as an industry. Some countries have made the tourism sector one of the main development priorities to support the country's development, as did South Korea. In addition to leisure tourism, MICE Korea tourism also has the advantage of being able to attract global MICE tourists including Indonesia. In achieving its goal of increasing Indonesian MICE tourists, Korea uses Leonard's public diplomacy strategy by carrying out its three dimensions namely 1.) news management, 2.) strategic communication, and 3.) building relationships. The research will discuss further about what are the Korean public diplomacy strategies through these three dimensions to increase Indonesian MICE tourists visiting Korea during 2016-2018.

Key words: *South Korean tourism, South Korea's MICE tourism, Indonesian MICE tourists, Leonard's public diplomacy*