

## **ABSTRACT**

*The purposes of this study to find out how South Korea's strategy in marketing halal food in Indonesia to achieve the national interest to increase the country's economy through the halal food industry. South Korea exports Korean food that has been certificated halal to Indonesia and uses foods diplomacy as one of the keys to increasing diplomatic relationship between two countries, both between the government as well as a society between countries. This study uses a descriptive analysis that explains South Korea's strategy to marketing halal food in Indonesia. This study shows that South Korea used halal foods to achieve the national interest to increase the exports of halal foods to Indonesia in order to increase state revenues. The South Korea government strategy in marketing halal food to Indonesia has been through various means, namely through MAFRA involving Korean halal certification providers, namely the KMF and Majelis Ulama Indonesia. South Korea also made a mini-series drama named "Lunch Box" which is the result of cooperation between three countries includes Malaysia, Indonesia, UEA through K-Food Fair 2015. South Korea used food certificated halal as soft power to gain economic benefits and build a positive image of Korea in Muslim countries. South Korea also made serial drama named "Lunch Box" which is the result of cooperation with three countries include Malaysia, Indonesia, UEA through K-Food Fair 2015. South Korea used food certificated halal as soft power to gain economic benefits and build a positive image of Korea in Muslim countries.*

*Keywords : South Korea, Indonesia, K-Food Halal, Soft Power, Gastrodiplomation.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Korea Selatan dalam memasarkan halal foodnya di Indonesia guna mencapai kepentingan nasionalnya yaitu untuk meningkatkan perekonomian negara melalui industri halal food. Korea Selatan ingin melakukan ekspor makanan Korea yang telah bersertifikasi halal ke Indonesia dan menggunakan diplomasi makanan sebagai salah satu kunci dalam meningkatkan hubungan diplomatik antara dua negara baik itu antar pemerintah maupun masyarakat antar negara. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analisis yang akan menjelaskan strategi pemerintah Korea Selatan dalam memasarkan halal foodnya ke Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa Korea Selatan menggunakan makanan halalnya untuk mencapai kepentingan nasionalnya dalam meningkatkan ekspor makanan halal ke Indonesia guna menambah pendapatan negara. Pemerintah Korea Selatan dalam strateginya memasarkan makanan halalnya ke Indonesia telah melalui berbagai cara yaitu melalui MAFRA bekerjasama dengan lembaga penyedia sertifikasi halal Korea yaitu KMF dan juga Majelis Ulama Indonesia. Korea Selatan juga membuat serial drama “Lunch Box” yang merupakan hasil kerjasama tiga negara yaitu Malaysia, Indonesia, UEA melalui K-Food Fair 2015. Korea Selatan menggunakan makanan bersertifikasi halal sebagai soft power baru untuk mendapatkan keuntungan ekonomi dan membangun citra positif Korea di negara-negara muslim.

Kata Kunci : Korea Selatan, Indonesia, *K-Food Halal*, *Soft Power*, Gastrodiplomasi