

ABSTRAKSI

Fenomena pariwisata halal di lingkup internasional bukan hal yang dapat dikatakan baru. Munculnya wisatawan asing asal Asia Tenggara sebagai salah satu pihak yang dominan mengunjungi Jepang dalam kurun waktu lima tahun belakangan, mendorong Jepang untuk membangun sektor pariwisata halal. Pembangunan sektor pariwisata halal menjadi penting karena kebutuhan Jepang untuk melakukan *nation branding*. Akhirnya, di tahun 2013 pemerintah Jepang, di bawah pimpinan Shinzo Abe, mulai memberlakukan kebijakan terkait pariwisata halal. Kebijakan pariwisata halal ternyata mampu meningkatkan perekonomian Jepang. Tidak hanya itu, kebijakan pariwisata halal menegaskan *soft power* Jepang di Asia Tenggara.

Kata Kunci : Pariwisata Halal, Nation Branding, Shinzo Abe, Soft Power, Asia Tenggara

ABSTRACT

Halal tourism phenomenon in the international sphere isn't a new trend. The emergence of foreign tourists from Southeast Asia as one of the dominant party visit Japan within five years, push Japan to develop halal tourism sector. The development of halal tourism sector is important because the need of Japan to do nation branding. Finally, in 2013 the Japanese government, under the leadership of Shinzo Abe, begin imposing policies related halal tourism. Halal tourism policy is able to improve the Japanese economy. Not only that, halal tourism policy confirms Japan's soft power in Southeast Asia.