

Penggunaan media sosial sebagai media promosi makanan halal dalam pariwisata muslim friendly Jepang = The use of social media as halal food promotion in Japan muslim friendly tourism

Dinda Rahma Dewanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458401&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam menghadapi Tokyo 2020, Jepang menargetkan jumlah kunjungan wisatawan internasional mencapai 20 juta wisatawan. Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan internasional, Jepang melihat pasar wisatawan ASEAN dan menargetkan wisatawan muslim sebagai pasar yang berpotensi. Jepang merekonstruksi pariwisatanya menjadi ramah muslim, salah satunya adalah makanan halal. Untuk memproduksi makanan halal, Jepang bekerja sama dengan Malaysia dalam membentuk lembaga sertifikasi halal. Dalam memberikan informasi dan mempromosikan makanan halal, Jepang menggunakan media promosi online yaitu media sosial. Upaya tersebut mendapat respon yang positif serta meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan muslim ASEAN.

.....

In facing the Tokyo 2020, Japan is targeting the number of international tourist arrivals up to 20 million tourists. As an effort to increase the number of international visitors, Japan sees ASEAN tourist market and Moslem tourist destination as potential markets. Japan is currently reconstructing their tourism to be a Muslim friendly tourism by providing halal food. They cooperate with Malaysia in establishing halal certification institute to produce it. To give more information and promotion about halal food, Japan uses online promotion such as social media. Those efforts have been responded well and made the number of ASEAN Moslem visitors increased.