

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

Diplomasi merupakan aspek penting bagi suatu negara dalam membina hubungan yang harmonis dengan negara-negara lain di dunia. Dengan hubungan yang harmonis dapat menciptakan suatu kerjasama yang saling menguntungkan bagi masing-masing negara terkait. Diplomasi dilakukan oleh seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia yang aktif melakukan aktivitas diplomasi untuk mencapai kepentingannya. Diplomasi memiliki andil yang besar dalam berbagai aspek dalam kegiatan kenegaraan, baik secara politik, ekonomi maupun aspek sosio-kultural. Dalam melakukan praktek diplomasi untuk mencapai kepentingan negaranya, Indonesia juga melaksanakan aktivitas diplomasi public. Indonesia tengah melakukan upaya-upaya diplomasi publik, termasuk dalam aspek diplomasi budaya dan kuliner.

Diplomasi yang dilakukan tidak hanya melibatkan peranan pemerintah Indonesia saja, tapi juga masyarakatnya. Masyarakat memiliki peranan penting dalam diplomasi publik, mengingat bahwa globalisasi di era ini membuka kesempatan bagi siapa saja untuk terlibat dalam aktivitas diplomasi. Masyarakat dapat berkontribusi dalam mengenalkan budaya lokal dan memberi persepsi baik atas suatu negara di negara lain. Diplomasi publik merupakan salah satu instrumen penting yang dapat digunakan negara untuk menunjang keberhasilan diplomasi jalur pertama yang dilakukan oleh wakil-wakil pemerintah. Diplomasi publik memberikan kesempatan bagi aktor non-negara untuk ikut berpartisipasi dalam praktik diplomasi. Diplomasi publik adalah bagian dari Diplomasi Multi

Jalur, dengan ini tanggung jawab diplomasi negara tidak hanya terfokus pada pemerintah tetapi publik juga ikut campur tangan.

Diplomasi publik menggunakan beberapa instrument yang sesuai dengan kondisi masyarakat dan pemerintah negara tujuan. Indonesia melakukan diplomasi publik dalam bentuk diplomasi kuliner atau yang disebut sebagai gastrodiplomasi. Koneksi yang dibangun dengan gastrodiplomasi menghubungkan interaksi nyata dalam diplomasi publik yang lebih implisit melalui *soft power*. Dengan gastrodiplomasi diharapkan hubungan kerjasama antara pemerintah Indonesia dan Amerika Serikat terus meningkat diberbagai bidang. Diplomasi kebudayaan melalui kuliner tidak secara langsung mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintahan, tetapi melalui kuliner Indonesia dapat terjun langsung kedalam masyarakat Amerika Serikat sehingga meningkatkan kerjasama dan hubungan Indonesia dengan Amerika Serikat.

Pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dalam menjalankan politik luar negeri Indonesia pendekatan yang dilakukan menekankan pada pendekatan diplomasi *soft power*. Diplomasi publik Indonesia bertujuan untuk menciptakan citra positif mengenai Indonesia pada publik internasional, serta menciptakan *mutual understanding* antara publik domestik dengan publik internasional. Hal-hal tersebut dapat berupa kebudayaan Indonesia seperti batik, alat musik dan tarian tradisional, juga *ideas* seperti *Indonesia as a peacekeeper*, Indonesia sebagai negara dimana agama dan demokrasi dapat berjalan beriringan dan lain-lain. Diplomasi yang dilakukan melalui hal-hal

tersebut sebagai bagian dari diplomasi publik menjadikan *soft power* sebagai penguat diplomasi Indonesia.

Terdapat dua alasan utama mengapa praktek diplomasi publik menjadi penting untuk dikembangkan dan ditingkatkan dalam implementasinya. Pertama, seiring dengan motto politik luar negeri yang dicanangkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yaitu “*Thousand friends zero enemy*”, Indonesia berupaya untuk lebih mengembangkan dan memperkuat *soft power* dalam melakukan hubungan bilateral maupun multilateral.

SBY telah berupaya untuk membentuk dan menjaga kondisi stabil dalam negeri Indonesia agar dapat menjalankan kerjasama bilateral maupun multilateral yang lebih komprehensif. Saat ini peranan diplomasi Indonesia lebih memiliki nilai baru karena tidak ada kendala internal dalam menjalin hubungan diplomatis dengan negara-negara yang lebih maju. Hal ini menjadi perhatian khusus Indonesia karena dengan meningkatkan perannya dalam konstelasi politik internasional tersebut, Indonesia secara tidak langsung akan membentuk citra positif dan membangun kepercayaan negara lain terhadap Indonesia. Nantinya, hal-hal tersebut akan memberikan dampak yang signifikan terhadap pencapaian tujuan politik luar negeri Indonesia terutama dalam konteks politik dan ekonomi.

Berbeda dengan SBY, Presiden Jokowi mungkin tidak mengungkapkan visi konkret tentang kebijakan internasional, ada indikasi dia akan condong ke arah praktik diplomasi publik. Misalnya, ia memohon agar melibatkan partisipasi masyarakat dalam perumusan dan implementasi kebijakan luar negeri dalam makalah visi-misinya di situs web Komisi Pemilihan Umum. Jokowi bertujuan

untuk melanjutkan cara ini untuk mengarahkan orang-orang di rumah dan di luar negeri. Beliau bertujuan untuk merumuskan kebijakan internasional baru dengan perhatian publik yang lebih besar untuk merangsang kebanggaan nasional serta membantu melindungi orang Indonesia di luar negeri, sesuai dengan visi dan tujuannya untuk masyarakat Indonesia. Visi Jokowi merupakan pandangan alternatif terhadap panggilannya, atau umumnya dipahami sebagai, "berbasis orang," atau diplomasi publik.

Latar belakang dari terbentuknya gastrodiplomasi Indonesia dibuat pada bulan Desember 2011, pemerintah Indonesia secara resmi menetapkan peraturan membawa masakan Indonesia ke dalam perencanaan strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Tahun 2012, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menciptakan program 30 ikon kuliner tradisional sebagai dasar mempromosikan kuliner Indonesia. Akhirnya, masakan tersebut termasuk dalam salah satu dari delapan belas subsektor dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional / RPJPN bab 3 (Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional) 2015-2019.

Pemerintah, warga negara, dan media memiliki peranan penting dalam mendorong keberhasilan jalannya gastrodiplomasi Indonesia ke AS. Berbagai rangkaian festival yang diselenggarakan oleh Indonesia maupun mengikuti festival makanan yang ada di AS. Peran Pemerintah Indonesia terlihat melalui Kedutaan Besar Republik Indonesia di Amerika Serikat ikut melakukan upaya untuk mempromosikan kuliner Indonesia di Amerika Serikat. KBRI selalu berpartisipasi dalam berbagai event berkala yang dilakukan oleh Amerika

Serikat. Berbagai promosi kegiatan kuliner Indonesia dilakukan baik di KBRI, Wisma Duta Besar, maupun bekerjasama dengan berbagai organisasi internasional dan organisasi setempat.

Agar kegiatan gastrodiplomasi yang sedang berlangsung tersebut bisa diketahui khalayak, strategi penggunaan media massa, media cetak, media elektronik hingga media sosial yang digunakan oleh pemerintah untuk menyampaikan pesan dari program gastrodiplomasi, meningkatkan interaksi dengan publik internasional, dan juga mengembangkan hubungan panjang dengan target publik dari program gastrodiplomasi ini. Media konvensional meliputi kegiatan dalam bentuk berita, ataupun disiarkan melalui radio, sedangkan masyarakat yang menghadiri kegiatan gastrodiplomasi bisa menyebarkan kepada masyarakat luas melalui akun pribadi media sosialnya.

Warga negara Indonesia yang menetap di AS atau diaspora memiliki peran penting dalam mengenalkan makanan Indonesia. Karena mereka yang berhadapan dengan langsung dengan masyarakat sekitar tanpa adanya pembauran dengan masyarakat dan melakukan pengenalan budaya mungkin masyarakat asing akan tidak tahu bagaimana budaya Indonesia baik itu dari seni budayanya, kulinernya, pendidikannya maupun pariwisatanya. Keberadaan diaspora tersebut, tentu terdapat peran penting yang dapat mereka lakukan dalam mengenalkan budaya Indonesia di AS. Seperti mengadakan event promosi, festival kebudayaan Indonesia maupun pengadaan kongres yang secara tidak langsung membuat orang-orang yang bukan termasuk orang Indonesia menjadi tertarik untuk belajar tentang Indonesia.

## DAFTAR REFERENSI

### BUKU

- Abdul,Irsan. 2010. *Peluang dan Tantangan Diplomasi Indonesia*. 10. Jakarta: Himmah Media Utama.
- Amalia, Nurul. *The Thailand's Gastrodiplomacy as a Strategy to Develop National Branding (2002-2025)*. UMY Repository (2017).
- Denmark, A. M. 2010. *Crafting a Strategic Vision: A new Era of US-Indonesia Relations*. Center for New American Security.
- Effendi, Tonny D. 2011. *Diplomasi Publik Jepang: Perkembangan dan Tantangan*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Larry A. Samovar dkk. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya, Edisi 7, terjemahan Indri Margaretha Sidabalok*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Louise Diamond dan John W McDonald. 1996. *Multi-Track Diplomacy : A System Approach to Peace*. West Hartford: Kumarian Press.
- Reid, Anthony. 2012. *Indonesia's New Prominence in the World* dalam *Indonesia Rising: The Repositioning of Asia's Third Giant*. Institute of Southeast Asian Studies: Singapore.
- Sukawarsini Djelantik, 2012. *Diplomasi antara Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm.187.
- Tuch, Hans N. 1990. *Communicating With the World*. New York : St. Martin's Press

Tulus Warsito dan Wahyuni Kartikasari. 2007. *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang, Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta : Ombak

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman.

## **JURNAL**

Direktorat Diplomasi Publik. Presiden RI: Soft Power Memperkuat Formula Diplomasi. *Tabloid Diplomasi No. 28 Tahun III*. (2010)

Inayati, Ratna Shofi. Politik Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono Dan Politik Luar Negeri Indonesia." *Jurnal Penelitian Politik* 1, no.2 (2005)

Juyan Zhang, *International Journal of Communication: The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns* , 9 (2015)

Pujayanti, Adrini. *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik dalam Negeri dan Hubungan Internasional: Gastrodiplomasi – Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia* 1, no.8 (2017).

Rizal Sukma, "Indonesia and the Emerging Sino-US Rivalry in Southeast Asia The New Geopolitics of Southeast Asia," *LSE IDEAS* , 2 (2012)

Rockower, Paul S. *Place Branding and Public Diplomacy: Recipes for Gastrodiplomacy* 8, no. 3 (2012).

Tamara, Riptanti Widya. **POTENSI FILM SEBAGAI SARANA DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA (PARTISIPASI INDONESIA DALAM BERLINALE**

INTERNATIONAL FILM FESTIVAL). EJournal Ilmu Hubungan Internasional, 3, no. 5 (2017).

## **SITUS**

"Is Indonesia at a Crossroads?" The Economist. <https://www.economist.com/the-economist-explains/2013/09/22/is-indonesia-at-a-crossroads>.

"National Long-Term Development Plan (RPJPN 2005-2025)." Indonesia Investment. <https://www.indonesia-investments.com/projects/government-development-plans/national-long-term-development-plan-rpjp-2005-2025/item308>.

"No Ordinary Jokowi." The Economist. 2014. <https://www.economist.com/asia/2014/01/21/no-ordinary-jokowi>.

"Perlu Diplomasi Kuliner Agar Dikenal AS." 2009. Republika Online. <http://rol.republika.co.id/berita/shortlink/50078>.

"Indonesia Menuju Destinasi Wisata Kuliner Terfavorit Dunia: Ekonomi". 2014. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20141212/12/382066/indonesia-menuju-destinasi-wisata-kuliner-terfavorit-dunia>.

"Ini 2 Tantangan Indonesia Untuk Promosi Wisata Kuliner", 2016, <https://travel.detik.com/read/2016/09/28/085000/3308394/1382/ini-2-tantangan-indonesia-untuk-promosi-wisatakuliner>.



“Ini Dia Strategi Pemasaran Bisnis Restoran Ke Luar Negeri.” baidu certified ppc agency indonesia, 2016. <http://techad.co.id/baidu/ini-dia-strategi-pemasaran-bisnis-restoran-ke-luar-negeri/>

“Open House KBRI WASHINGTON DC Dan Promosi Budaya Indonesia Disesaki Ribuan Pengunjung.” Embassy of the Republic of Indonesia. 2019. <http://www.embassyofindonesia.org/index.php/2019/05/20/open-house-kbri-washington-dc-dan-promosi-budaya-indonesia-disesaki-ribuan-pengunjung/>.

“Saat Kuliner Tradisional Menggoda Lidah Warga Amerika Di Indo Feast.” Liputan6. 2019. <https://www.liputan6.com/regional/read/4116367/saat-kuliner-tradisional-menggoda-lidah-warga-amerika-di-indo-feast>.

“What Is Multi-Track Diplomacy?”, *Imtd.Org*, <http://imtd.org/about/what-is-multi-track-diplomacy/>.

Andriani, Dewi. 2013. "Kuliner Indonesia, Potensi Masakan Nusantara Di Pasar Dunia Entrepreneur." <http://entrepreneur.bisnis.com/read/20130822/263/158136/kuliner-indonesia-potensi-masakan-nusantara-di-pasar-dunia>

Arwana ,Gita. KJRI Houston Selenggarakan Festival Kuliner. 2016. <http://kabar24.bisnis.com/read/20161106/19/599504/kjri-houston-selenggarakan-festival-kuliner>.

Asdhiana. 2015. William Wongso: Makanan Indonesia Akan Menjadi Kiblat Kuliner Dunia. <https://travel.kompas.com/read/2015/09/29/082100227/William.Wongso.Makanan.Indonesia.Akan.Menjadi.Kiblat.Kuliner.Dunia.diakses>

Cochrane, Joe. A Child of the Slum Rises as President of Indonesia. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2014/07/23/world/asia/joko-widodo-populist-governor-is-named-winner-in-indonesian-election.html>.

Embassy of the United States. *Belajar di Amerika Serikat*.

<http://indonesian.jakarta.usembassy.gov/studi.html>.

Febrianto, Vicki, dan Ruslan Burhani. "Kemendag Promosi Kuliner Indonesia Di Amerika Serikat." Antara News. 2016.

<https://www.antaraneews.com/berita/564020/kemendag-promosi-kuliner-indonesia-di-amerika-serikat>.

Film Indonesia Kembali Berkiprah diBerlin”, Diakses pada 16 Mei 2019.

<http://www.kemlu.go.id/id/berita/berita-perwakilan/Pages/Film-Indonesia-Kembali-Berkiprah-di-Berlin.aspx>.

Iman, Dhania, and Ariono Arifin. “William Wongso Perkenalkan Kuliner Indonesia Di AS.” VOA Indonesia. Voice of America. 2015.

<https://www.voaindonesia.com/a/william-wongso-perkenalkan-kuliner-indonesia-di-as/2769156.html>.

Iman, Dhania, dan Ronan Freeka Azanur. “Warga Indonesia Di AS Belajar Bisnis Kuliner Bersama William Wongso.” VOA Indonesia. 2016.

<https://www.voaindonesia.com/a/warga-indonesia-belajar-bisnis-kuliner-bersama-william-wongso-di-amerika/3339503.html>.

Kedutaan Besar Republik Indonesia. Kerjasama Bilateral Indonesia-Amerika

Serikat, <http://kemlu.go.id/washington/id/Pages/AmerikaSerikat.aspx> ,

Kementrian Luar Negeri Indonesia, Rencana Strategis Kementrian Luar Negeri 2010-2014,

<https://www.kemlu.go.id/Documents/Akuntabilitas/Revisi%20RENSTRA%20Kemlu%202010-2014%20FINAL.pdf>

KJRI Houston, Diplomasi Kuliner di Texas Sukses Hadirkan Ribuan Pengunjung.

2019. <http://www.kemlu.go.id/houston/id/beritaagenda/berita-perwakilan/Pages/Diplomasi-Kulinerdi-Texas-sukses-hadirkan-ribuan-pengunjung.aspx>.

Kristanti, Elin Yunita. 2010. Gara-gara Obama, Bakso Jadi Terkenal Di AS – VIVA.

<https://life.viva.co.id/kosmo/189013-gara-gara-obama-bakso-jadi-terkenal-di-as>.

Mardyana, Ulva. “Berawal Dari Rindu, Siska Buat Food Truck Kuliner Khas Indonesia Di Amerika.” Womantalk. 2019.

<https://womantalk.com/career/articles/berawal-dari-rindu-siska-buat-food-truck-kuliner-khas-indonesia-di-amerika-yJ9nO>.

Masyikur, Shohib. Dubes RI: Diplomasi Kuliner Tunjukkan Kekayaan Budaya Indonesia. M<http://news.detik.com/berita/d-2958046/dubesri-diplomasi-kuliner-tunjukkan-kekayaan-budayaindonesia/komentar>.

Mugteh. “Amerika Dan Lidahnya: Diplomasi Kuliner Indonesia Di AS.” Kumparan.

2019. <https://kumparan.com/mugteh/amerika-dan-lidahnya-diplomasi-kuliner-indonesia-di-as-1552544270732236063>.

Napitupulu, Ester. 2014. *Gamelan, Orkestra Jawa yang Populer di Amerika*.

<http://travel.kompas.com/read/2014/01/16/1040553/Gamelan.Orkestra.Jawa.yang.Justru.Populer.di.Amerika>.

Ngantung, Daniel. 2013 Amat Banyak Kekayaan Kuliner Indonesia, Ini Yang Paling Potensial Mendunia. *Tribunnews.com*.

<http://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/04/02/amat-banyak-kekayaan-kuliner-indonesia-ini-yang-paling-potensial-mendunia>.

Nursastri, Sri Anindiati. "Kemenpar Tetapkan 5 Makanan Nasional Indonesia."

*KOMPAS.com*. 2018.

<https://travel.kompas.com/read/2018/04/10/171000627/kemenpar-tetapkan-5-makanan-nasional-indonesia-ini-daftarnya?page=all>.

Paul Rockower. 2010. Why Not Feed Indonesia to the World?. [http://](http://jakartaglobe.beritasatu.com/archive/why-not-feedindonesia-to-the-world/)

[jakartaglobe.beritasatu.com/archive/why-not-feedindonesia-to-the-world/](http://jakartaglobe.beritasatu.com/archive/why-not-feedindonesia-to-the-world/).

Pidato Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. 2009. *Towards Harmony Among Civilizations*. John F. Kennedy School Of Government Harvard University: Boston.

<http://www.presidentri.go.id/index.php/eng/pidato/2009/09/30/1228.html>.

Prodjo, Wahyu Adityo. "Kemenpar Ajak Diaspora Promosikan Kuliner Indonesia Di Luar Negeri." *KOMPAS*. 2018.

<https://travel.kompas.com/read/2018/11/24/160400827/kemenpar-ajak-diaspora-promosikan-kuliner-indonesia-di-luar-negeri>.

Pusat Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan, Summer Fancy Food Show  
2013: Kacang Mete Asal Bali Laris Manis di New York.

<http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2013/07/03/summer-fancy-food-show-2013-kacang-mete-asal-balilaris-manis-di-new-york-id0-1372814771.pdf>.

RH, Priyambodo. 2016. Arief Yahya: Indonesia Mulai Faham "branding". Antara  
News. <https://www.antaranews.com/berita/549666/arief-yahya-indonesia-mulai-faham-branding>.

Saputra, Endang. Promo Kuliner Indonesia Rambah. 2017

<http://jpp.go.id/ekonomi/perdagangan/304884-promo-kuliner-indonesia-rambah-chicago>.

Subagih, Bagus BT. "Jokowi on 'people-based Diplomacy.'" 2014.

<https://www.thejakartapost.com/news/2014/09/10/jokowi-people-based-diplomacy.html>.

Sudrajat, Ben Perkasa. "Foreign Policy Reforms under Jokowi." The Jakarta Post.

2014. <https://www.thejakartapost.com/news/2014/09/09/foreign-policy-reforms-under-jokowi.html>.

Suryanto. 2010. *Indonesia Cetak Rekor Dunia Permainan Angklung di Amerika*.

<http://www.antaranews.com/berita/266748/indonesia-cetak-rekor-dunia-permainan-angklung-di-amerika>.

Suryodiningrat, Meidyatama. "Commentary: Jokowi, the Foreign Policy President."

The Jakarta Post. 2014.

<https://www.thejakartapost.com/news/2014/05/26/commentary-jokowi-foreign-policy-president.html>.

Tim Cheung. Your Pick: World's 50 best foods, CNN Travel, ,  
<http://edition.cnn.com/travel/article/world-best-foods-readers-choice/index.html>

Wedhaswary, Inggried Dwi. ""Nawa Cita", 9 Agenda Prioritas Jokowi-JK."  
KOMPAS.com. 2014.  
<https://nasional.kompas.com/read/2014/05/21/0754454/.Nawa.Cita.9.Agenda.Prioritas.Jokowi-JK>.

Yustiana, Kurnia. 2016. Ini 2 Tantangan Indonesia Untuk Promosi Wisata Kuliner.  
DetikTravel. <https://travel.detik.com/travel-news/d-3308394/ini-2-tantangan-indonesia-untuk-promosi-wisata-kuliner>

Zhida, Jiang. 2012. *Indonesia's "Confidence" Diplomacy under the Yudhoyono Government*. China. Institute of International Studies.  
[http://www.ciis.org.cn/english/2012-12/31/content\\_5638110.htm](http://www.ciis.org.cn/english/2012-12/31/content_5638110.htm).