



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Upaya Diplomasi Publik Indonesia terhadap Amerika Serikat
melalui Gastrodiplomasi

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Oleh

Jacqueline Gunawan

2015330160

Bandung

2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Upaya Diplomasi Publik Indonesia terhadap Amerika Serikat
melalui Gastrodiplomasi

Skripsi

Oleh

Jacqueline Gunawan

2015330160

Pembimbing

Sukawarsini Djelantik, Dra., M.I.S., Ph.D.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Jacqueline Gunawan
Nomor Pokok : 2015330160
Judul : Upaya Diplomasi Publik Indonesia terhadap Amerika Serikat melalui Gastrodiplomasi

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 20 Desember 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Giandi Kartasasmita, S.IP., M.A.

Sekretaris
Sukawarsini Djelantik, Ph.D.

Anggota
Dr. Atom Ginting Munthe

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Jacqueline Gunawan
NPM : 2015330160
Jurusan / Program Studi : Hubungan Internasional
Judul : Upaya Diplomasi Publik Indonesia terhadap
Amerika Serikat melalui Gastrodiplomasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pertanyaan ini tidak benar.

Bandung, 12 Desember 2019

Jacqueline Gunawan

Abstrak

Nama : Jacqueline Gunawan
NPM : 2015330160
Judul : Upaya Diplomasi Publik Indonesia terhadap Amerika Serikat
melalui Gastrodiplomasi

Gastrodiplomasi sebagai salah satu bentuk diplomasi publik biasa digunakan oleh negara – negara berkekuatan menengah seperti Indonesia untuk meningkatkan citra positif dan memperkenalkan budayanya kepada dunia internasional. Dengan kekayaan kuliner yang dimiliki Indonesia, gastrodiplomasi dilaksanakan sebagai upaya pengenalan dan promosi Indonesia kepada masyarakat Amerika Serikat. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menjelaskan upaya gastrodiplomasi Indonesia terhadap Amerika Serikat sebagai salah satu metode diplomasi public untuk memperkenalkan budaya Indonesia dan mempromosikan Indonesia. Untuk menjawab pertanyaan penelitian : **“Bagaimana upaya-upaya gastrodiplomasi Indonesia ke Amerika Serikat?”** penulis menggunakan konsep diplomasi multijalur dari Diamond dan McDonald, diplomasi publik dan gastrodiplomasi dari Rockower. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu menggunakan data – data deskriptif melalui studi literature dari berbagai sumber yang dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan. Bentuk dan pola gastrodiplomasi Indonesia berhasil meningkatkan minat masyarakat AS atas makanan dan budaya Indonesia, serta mempererat hubungan diplomatik diantara keduanya.

Kata Kunci : diplomasi publik, gastrodiplomasi, Indonesia, Amerika Serikat

Abstract

Nama : Jacqueline Gunawan
NPM : 2015330160
Judul : *Indonesia Public Diplomacy towards United States through
Gastrodiplomacy*

*Gastrodiplomacy as a form of public diplomacy is commonly used by middle-strength countries such as Indonesia to enhance its positive image and introduce its culture to the international world. With culinary wealth owned by Indonesia, gastrodiplomacy carried out as an effort to introduce and promote Indonesia to the people of the United States. This research was made with the aim to explain the efforts of Indonesian gastrodiplomacy towards the United States as one of the methods of public diplomacy to introduce Indonesian culture and promote Indonesia. To answer the research question: "**What are the efforts of Indonesian gastrodiplomacy to the United States?**" The author uses the multi-track diplomacy concept of Diamond and McDonald, public diplomacy and gastrodiplomacy from Rockower. This research method is a qualitative method using descriptive data through literature studies from various reliable and accountable sources. The form and pattern of Indonesian gastrodiplomacy succeeded in increasing the interest of the US people in Indonesian food and culture, as well as strengthening diplomatic relations between the two.*

Keywords : Public Diplomacy, United States, gastrodiplomacy, Indonesia

KATA PENGANTAR

Puji syukur disampaikan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya dalam penyelesaian penulisan laporan tugas akhir penelitian. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sukawarsini Djelantik yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak – pihak yang membantuk dalam penyelesaian skripsi

Skripsi yang penulis ajukan berjudul “Upaya Diplomasi Publik Indonesia terhadap Amerika Serikat melalui Gastrodiplomasi” dibuat untuk memenuhi syarat akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam Program Studi Hubungan Internasional di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa karya tulis skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Penulis berharap, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan memperluas wawasan terkait Hubungan Internasional

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan skripsi ini, saya mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya dan kedua adik – adik saya. Gabriela dan Christy atas dukungannya selama saya melakukan studi di UNPAR. Saya juga ingin mengucapkan terimakasih kepada Ibu Sukawarsini Djelantik yang telah sabar membimbing saya dalam pengerjaan skripsi ini.

Kepada teman – teman tersayang yang sangat membantu kehidupan perskripsian dan permasalahan kehidupan yaitu Esy, Jeanet, dan Tania. Terimakasih atas bantuannya selama ini, selalu siap untuk menjawab pertanyaan – pertanyaanku. Semoga untuk kedepannya kalian sukses, cita – cita kalian bisa segera tercapai dan menemukan jodoh yang tepat di antara lautan pria luar sana.

Kepada bapak Aga Nugraha yang saya telah janjikan untuk menulis satu paragraf di lembar ini. Aga Nugraha the greatest, powerfull, most talented, and creative produser radio bandung yang telah bersedia memberikan waktu, berbagi ide dan pengalaman. Terimakasih sudah mau bersabar selama ini dan rela meminjamkan laptop demi menyelesaikan skripsi tepat waktu.

DAFTAR ISI

Pernyataan	i
Abstrak.....	ii
Abstract.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Ucapan Terima Kasih.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Singkatan.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	ix
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.2.1 Pembatasan Masalah	6
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian.....	6
1.3.1 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4 Kerangka Pemikiran.....	6
1.5 Tinjauan Pustaka	14
1.6 Metode Penelitian.....	17
1.6.1 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA ERA SUSILO BAMBANG YUDHOYONO DAN JOKOWI	19
2.1 Diplomasi Publik dibawah kepemimpinan Susilo Bambang Yudhoyono .	19
2.2 Diplomasi Publik Indonesia dibawah Pemerintahan Jokowi	28
2.3 Latar belakang berkembangnya gastrodiplomasi Indonesia	36
2.4 Praktik serta program gastrodiplomasi Indonesia	39

BAB III UPAYA – UPAYA GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI AMERIKA SERIKAT	43
3.1 Gastrodiplomasi Indonesia ke Amerika Serikat.....	44
3.2 Promosi Jenis-Jenis Makanan Indonesia.....	55
3.3 Peran Pemerintah, Media, dan Diaspora dalam Gastrodiplomasi	56
3.3.1 Peran Pemerintah.....	56
3.3.2 Peran Media Konvensional dan Sosial	59
3.3.3 Peran Diaspora / Indonesia Diaspora Network	62
BAB IV KESIMPULAN.....	65
DAFTAR REFERENSI	x

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	<i>Food Truck Java Cove</i>	52
Gambar 3.2	Suasana di KBRI saat <i>open house</i> berlangsung	54
Gambar 3.3.2	Penggunaan Media Sosial dalam Gastrodiplomasi	60
Gambar 3.3.2.1	Liputan Media Konvensional (Liputan 6) di KBRI AS	60

DAFTAR SINGKATAN

AMINEF	American Indonesian Exchange Foundation
AS	Amerika Serikat
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
CNN	The Cable News Network
FFS	Fancy Food Show
IDN	Indonesia Diaspora Network
KBRI	Kedutaan Besar Republik Indonesia
KJRI	Konsulat Jenderal Republik Indonesia
KEMENPAR	Kementerian Pariwisata
KEMENLU	Kementerian Luar Negeri
PBB	Perserikatan Bangsa – Bangsa
RPJN	Rencana Pembangunan Jangka Panjang

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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 publik. 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. Upaya diplomasi publik yang dilakukan, berdasarkan atas Visi yang tercantum dalam Rencana Strategis Kementerian Luar

Negeri periode 2010-2014 yang bertujuan untuk memajukan kepentingan nasional melalui diplomasi total¹.

Diplomasi total yang dimaksud dalam tujuan tersebut adalah, “instrument dan cara yang digunakan dalam diplomasi dengan melibatkan komponen *stakeholder* dan memanfaatkan seluruh lini kekuatan yaitu dengan *multi-track diplomacy*”. Berdasarkan tujuan tersebut, Indonesia menekankan pentingnya untuk dilaksanakan diplomasi public di berbagai negara sebagai *soft power* demi kepentingan negara dan membina hubungan yang harmonis dengan negara lainnya.

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. Hal ini juga didukung oleh beberapa factor, yaitu dalam aspek kuliner dimana Indonesia memiliki keunggulan dalam cita rasa yang kaya dan khas sehingga disukai oleh berbagai kalangan. Dibuktikan berdasarkan poling yang diadakan oleh media CNN (*The Cable News Network*) pada tahun 2011 dimana jenis makanan rendang dari Indonesia menempati peringkat pertama dalam kategori “*World’s Most Delicious Food*.”² Berdasarkan hasil poling tersebut, kuliner Indonesia menempati popularitas tinggi di mata masyarakat internasional. Pembuktian ini membuka peluang yang sangat luas bagi masyarakat untuk lebih memanfaatkan dan mempromosikan kekayaan kuliner.

¹ Kementerian Luar Negeri Indonesia, Rencana Strategis Kementerian Luar Negeri 2010-2014, <https://www.kemlu.go.id/Documents/Akuntabilitas/Revisi%20RENSTRA%20Kemlu%202010-2014%20FINAL.pdf>

² Tim Cheung. “Your Pick: World’s 50 best foods”, CNN Travel, Diakses pada 11 Maret 2019, <http://edition.cnn.com/travel/article/world-best-foods-readers-choice/index.html>

Dalam mengkaji gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Indonesia terhadap Amerika Serikat, perlu ditinjau bagaimana kondisi hubungan bilateral Indonesia dan Amerika Serikat. Hubungan Indonesia-AS selama ini, terutama di bawah pemerintahan Barack Obama yang dinilai banyak orang telah membawa kemajuan cukup berarti bagi kedua negara. Tidak dapat disangkal bahwa hubungan Indonesia-AS di bawah pemerintahan Obama diwarnai oleh sejumlah pencapaian positif bagi pengembangan hubungan kerja sama kedua negara. Pada bulan November 2010, misalnya, pada saat kunjungan kenegaraan Presiden Obama ke Jakarta telah diluncurkan “US Indonesia Comprehensive Partnership” atau “Kemitraan Komprehensif Indonesia-Amerika”³, yang ditandatangani langsung oleh menteri luar negeri kedua negara kala itu, Hillary Clinton dan Marty Natalegawa. Kesepakatan itu meliputi kerja sama politik dan keamanan, ekonomi dan pembangunan, sosial budaya, pendidikan, ilmu pengetahuan, dan teknologi.

Kesepakatan kerja sama bilateral, yang di-review setiap tahunnya itu, kembali diperkuat dalam kunjungan kenegaraan Presiden Joko Widodo ke AS, Oktober 2015, di antaranya dengan menambahkan aspek kerja sama pertahanan, maritim, dan lingkungan hidup, selain hubungan dagang yang perlu terus diperkuat. AS merupakan mitra dagang terbesar ke-4 bagi Indonesia setelah China, Jepang, dan Singapura. Sebaliknya, Indonesia merupakan mitra dagang terbesar ke-28 bagi AS. Lima negara yang merupakan mitra dagang terbesar AS adalah Kanada, China, Meksiko, Jepang, dan Jerman. Ekspor Indonesia ke AS

³ “Kerjasama Bilateral Indonesia-Amerika Serikat”, Kedutaan Besar Republik Indonesia., Diakses pada 12 Maret 2018.<http://kemlu.go.id/washington/id/Pages/AmerikaSerikat.aspx> ,

meningkat 2,6% dari 18,9 miliar dollar AS tahun 2013 ke 19,4 miliar dollar AS tahun 2015⁴.

Tetapi setelah kemenangan Trump dalam pemilihan presiden AS, timbul pertanyaan, apakah pemerintahan baru AS di bawah Presiden Trump akan membuat kebijakan yang berbeda terhadap Indonesia, dan juga Asia. Tidak semua pihak menyambut baik terpilihnya Trump sebagai Presiden AS, bahkan ada penolakan yang datang dari dalam negeri sendiri. Hal itu karena Trump selama ini dinilai sebagai pribadi yang kerap mengeluarkan pernyataan-pernyataan kontroversial, seperti mendeportasi imigran, membangun tembok perbatasan antara AS dan Meksiko, mencegah kaum Muslim masuk wilayah AS, dan mengancam bahwa AS akan meninggalkan sekutu-sekutunya. Sikap Trump itu tidak hanya mengundang kekhawatiran dari dalam negeri AS, tetapi juga membuat banyak negara lain, termasuk Indonesia, bertanya-tanya mengenai masa depan hubungannya dengan AS di bawah pemerintahan baru. Melihat hubungan bilateral kedua negara yang mengalami pasang surut diharapkan hubungan diplomatik terutama dalam sektor publik dapat mengatasi tantangan yang ada.

1.2 Identifikasi Masalah

Seperti lazimnya dinamika hubungan, hubungan Indonesia dan Amerika Serikat mengalami pasang surut. Salah satu pengalaman yang tidak menyenangkan bagi bangsa Indonesia dalam berhubungan dengan Amerika Serikat terjadi ketika pemerintah Amerika Serikat mengambil kebijakan

⁴ "HUBUNGAN INDONESIA-AMERIKA SERIKAT SETELAH TERPILIHNYA DONALD TRUMP SEBAGAI PRESIDEN." Majalah Info Singkat Hubungan Internasional, II, VII (November 2016). Diakses pada 20 Maret 2019. http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-VIII-22-II-P3DI-November-2016-7.pdf.

mengembargo persenjataan militer Indonesia di era pemerintahan orde baru. Hal tersebut mengakibatkan sulitnya akses Indonesia pada bidang militer. Walaupun hubungan politik Indonesia – Amerika Serikat mengalami penurunan ketika Amerika Serikat mengembargo persenjataan militer Indonesia, tetapi hubungan dagang antara Indonesia Amerika Serikat terus mengalami peningkatan.

Meski hubungan antara Amerika Serikat dan Indonesia saat ini baik-baik saja bukan berarti Indonesia dapat bersantai, upaya diplomasi publik dapat dilakukan untuk meningkatkan hubungan bilateral dan hubungan baik antar kedua negara. Selain itu juga gastrodiplomasi dapat menjadi strategi utama yang dipakai Indonesia untuk meningkatkan popularitas di dunia internasional. Koneksi yang dibangun dengan gastrodiplomasi menghubungkan interaksi nyata dalam diplomasi publik yang lebih implisit melalui *soft power*⁵.

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.

Indonesia sudah mempromosikan bentuk-bentuk kuliner ke Amerika Serikat, tetapi masih belum memberikan dampak yang besar bagi masyarakat AS, sehingga penulis ingin mencari tahu lebih lanjut apa yang mendasari penerapan

⁵ Rockower, Paul S. "Recipes for Gastrodiplomacy." *Place Branding and Public Diplomacy* 8, no. 3 (August 2012). Accessed March 20, 2019. <https://search.proquest.com/docview/1236699020/abstract/FC34FAFE9CD244D7PQ/1?accounti>

diplomasi kuliner Indonesia? Serta upaya gastrodiplomasi Indonesia ke Amerika Serikat

1.2.1 Pembatasan Masalah

Penelitian dibatasi pada upaya-upaya pemerintah Indonesia dalam bidang gastrodiplomasi ke Amerika Serikat dengan batas kurun waktu dari 2014 hingga 2019. Pemilihan jangka waktu didasarkan oleh pergantian Presiden Barack Obama ke Presiden Trump. Mengkaji lebih lanjut bagaimana hubungan bilateral antara kedua negara saat adanya pergantian presiden.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimana upaya-upaya gastrodiplomasi Indonesia ke Amerika Serikat?”

1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menganalisis implementasi diplomasi publik Indonesia melalui gastrodiplomasi di Amerika Serikat.

1.3.1 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi para pelajar Hubungan Internasional dalam memahami aktivitas serta proses dalam gastrodiplomasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi pengetahuan mengenai implementasi program gastrodiplomasi yang telah dilaksanakan pemerintah dan didukung oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu aspek diplomasi publik.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini juga mengacu pada Politik Luar Negeri. Politik Luar Negeri merupakan dasar dilakukannya kebijakan-kebijakan luar negeri, termasuk

diantaranya kebijakan diplomasi. Politik Luar Negeri atau disebut *foreign policy* menurut Christopher Hill didefinisikan sebagai “Suatu tindakan yang sengaja dilakukan dengan pandangan untuk mempromosikan kepentingan suatu unit politik ataupun unit negara⁶.” Berdasarkan definisi tersebut, berfokus terhadap maksud kepentingan dan tindakan-tindakan negara yang diarahkan kepada aktor lain, yaitu negara sebagai aktor utamanya. Politik Luar Negeri dipengaruhi atas isu-isu di lingkungan eksternal negara dan juga isu-isu internal di dalam negara. Substansi-substansi yang menjadi analisa dari Politik Luar Negeri diantaranya adalah negosiasi perdagangan, *intelligence*, pertukaran budaya serta diplomasi. Aktivitas diplomasi dikategorikan sebagai salah satu instrumen dalam Politik Luar Negeri, yang bertujuan untuk mencapai kepentingan suatu negara.

Diplomasi sebagai cara negara dalam mencapai kepentingan utamanya dengan cara damai dan cara perang sebagai cara terakhir untuk mengatasi sebuah masalah. Hubungan antar negara dapat dicapai dengan kerjasama yang dapat saling membantu dan memenuhi kepentingan nasional negara masing-masing. Diplomasi dikenal dengan istilah yang dalam hubungannya pemerintah sebagai aktor utama dalam mencapai kepentingan negara, maka dari itu keberhasilan tersebut tidak begitu maksimal karena tidak menyentuh hingga ke lapisan masyarakat. Oleh karena itu ada istilah Diplomasi Jalur Kedua (*Second Track Diplomacy*) jika dulu hanya dilakukan oleh orang tertentu yang memiliki kedudukan seperti Duta Besar dan petinggi kerajaan yang dapat bertukar

⁶ Chris Alden, “Foreign Policy Analysis”, University of London International Programmes, Hal. 10-11, https://www.researchgate.net/profile/Ivo_De_Sousa/post/Need_help_with_borrowing_a_book/attachment/5ba347ce3843b006753a3858/AS%3A672833462091781%401537427406747/download/Foreign+Policy+Analysis.+New+approaches.pdf

informasi, maka kini tugas tersebut sudah tereduksi. Diplomasi jalur kedua ini lebih ditujukan pada konsep *Government to people* atau *people to people relations*.

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.⁷ Diplomasi publik seringkali dilihat sebagai upaya dalam mempengaruhi publik internasional untuk mencapai kepentingan nasional negara. diplomasi publik terbuka bagi seluruh lapisan masyarakat karena bertujuan untuk mempromosikan negaranya sehingga setiap individu dapat melakukan praktik diplomasi. Sebagai salah satu sumber kekuatan suatu negara yang penting yaitu popularitas negara tersebut. Demikian untuk membangun sebuah citra negara tersebut, pemerintah mengupayakan diplomasi publik.

Kelemahan diplomasi jalur kedua ini membuat perluasan terhadap diplomasi jalur pertama dan jalur kedua untuk melengkapi hal tersebut muncul sebuah istilah yang dikenal dengan Diplomasi Multi Jalur. Alasan mengapa diplomasi ini muncul karena terjadinya konflik internal dalam negara yang tidak dapat diselesaikan dengan diplomasi jalur pertama dan kedua. Dr. Louise Diamond melihat bahwa diplomasi jalur kedua menjadi sebuah diplomasi yang tidak resmi, maka ia menciptakan istilah "*Multi Track Diplomacy*" untuk menggabungkan semua aspek dari pemerandiplomasi di setiap lapisan yaitu

⁷ Sukawarsini Djelantik, 2012. "Diplomasi antara Teori & Praktik" Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm.187.

lapisan masyarakat dan lapisan pemerintah.⁸ Konsep diplomasi multijalur dijelaskan lebih lanjut oleh Louise Diamond dan John W McDonald dalam buku mereka yang berjudul *Multi Track Diplomacy : A System Approach to Peace*. Diamond dan McDonald yakni membagi diplomasi menjadi 9 jalur.⁹

Menurut McDonald, setiap jaringan yang ada di dalam Diplomasi Multi Jalur yang meliputi aktivitas, individu, institusi, komunitas serta pemerintah harus bekerja sama untuk mencapai kepentingan nasional, ada 9 jalur diplomasi yang dapat dilakukan oleh sebuah negara. Kesembilan jalur diplomasi ini diperankan oleh masing-masing aktor yang menjadi instrumen negara, tetapi peran pada Jalur 9 media dan opini publik menjadi pendukung dari segala bentuk diplomasi publik yang dilakukan oleh aktor lainnya yang melakukan penyediaan informasi dan merupakan perwujudan suara rakyat sehingga bagaimana opini publik dibentuk dan ditulis kembali oleh media massa¹⁰.

Perkembangan pada era globalisasi terutama teknologi dan informasi memberikan dampak perubahan. Kehadiran teknologi dan informasi mempermudah media untuk tidak hanya bergerak di bidang media cetak, sehingga muncul media lain yang memanfaatkan teknologi seperti media massa dan media sosial. Dewasa ini internet menjadi kebutuhan bagi manusia karena masyarakat dapat mengakses segala informasi, hal tersebut adalah kesempatan bagi negara untuk melakukan diplomasi publik dengan memperkenalkan negaranya dengan

⁸ "What Is Multi-Track Diplomacy?", *lmtd.Org*, <http://imtd.org/about/what-is-multi-track-diplomacy/>. Diakses pada 10 Oktober 2018

⁹ Louise Diamond dan John W McDonald, *Multi-Track Diplomacy : A System Approach to Peace*, (West Hartford: Kumarian Press, 1996).

¹⁰ IMTD, Op.cit

media kepada masyarakat umum.¹¹ Salah satu faktor yang mempengaruhi praktek diplomasi adalah revolusi dalam teknologi dan informasi, dimana adanya peningkatan peran media massa, globalisasi bisnis dan sistem keuangan yang meningkatkan aktifitas diplomasi ekonomi, peningkatan partisipasi publik dalam hubungan internasional.

Gastrodiplomacy berasal dari bahasa Yunani yang dikenal dengan *gastronomia*. Gastronomi merujuk pada sebuah makanan di dunia kuliner. Sehingga arti dari *gastrodiplomacy* adalah upaya diplomasi dengan memanfaatkan makanan sebagai alat untuk berdiplomasi. Menurut Paul Rockower sebagai gastronomist, *gastrodiplomacy* adalah tindakan memenangkan hati dan pikiran melalui perut.¹² *Gastrodiplomacy* merupakan alat komunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh negara-negara untuk memperkenalkan budaya serta kuliner mereka untuk peningkatan bidang ekspor, pariwisata, dan kesadaran ditengah masyarakat internasional atas keberadaan negara yang bersangkutan. *Gastrodiplomacy* memberikan keuntungan dalam jangka waktu singkat, dan juga dapat dimanfaatkan sebagai kesempatan bagi negara untuk mempromosikan negaranya melalui kampanye makanan khas negaranya.

Gastrodiplomacy pertama kali digunakan oleh Thailand sebagai bagian dari diplomasi publik pertama, yang memulai program pertama bernama “Global Thai” pada tahun 2002. Pemerintah Thailand telah menemukan banyak hal, termasuk fokus untuk menyebarkan pengaruh makanan. Pemerintah Thailand

¹¹ IMTD, Op.cit

¹² Rockower, Paul S. "Recipes for Gastrodiplomacy." *Place Branding and Public Diplomacy* 8, no. 3 (August 2012).. Diakses pada 10 Oktober 2018.
<https://search.proquest.com/docview/1236699020/fulltextPDF/EF35192EAE314647PQ/1?accountid=31495>.

ingin menghapus citra buruk bahwa seks adalah tempat untuk pariwisata di dalam negaranya dengan memanfaatkan makanan khasnya¹³. Pemerintah Thailand membangun sebanyak mungkin restoran Thailand di luar negeri untuk mempromosikan kuliner dan kebudayaan Thailand. Kuliner Thailand menjadi dikenal masyarakat internasional dan membantu image negara tersebut menjadi lebih baik. Thailand telah menjalankan *culinary diplomacy*, dengan programnya yaitu “*Global Thai*” yang sudah berjalan sejak tahun 2002 dan terus membuahkan hasil yang baik.¹⁴

Indonesia sebagai negara yang terdiri dari beragam kebudayaan juga memiliki kuliner yang beragam. Indonesia memiliki setidaknya 5.300 masakan khas, dari sekitar 17.000 pulau.¹⁵ Untuk memperkenalkan Indonesia lebih luas, diplomasi publik menjadi salah satu cara dalam membangun citra. Dengan memanfaatkan kekayaan budaya dan dengan dibangunnya diplomasi publik yang dikelola dengan baik dan informatif diharapkan Indonesia mampu mencapai kepentingan nasionalnya, khususnya dalam bidang *gastrodiplomacy*¹⁶. Namun, keberagaman jumlah kuliner nasional yang mencapai ribuan jenis, membuat pemerintah sedikit kesulitan untuk menemukan kuliner yang secara khusus mewakili Indonesia.

¹³ Amalia, Nurul. "THE THAILAND'S GASTRODIPLOMACY AS A STRATEGY TO DEVELOP NATIONAL BRANDING (2002-2025)." UMY Repository. December 16, 2017. Accessed September 04, 2018. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/17182>.

¹⁴ ibid

¹⁵ Andriani, Dewi. "Kuliner Indonesia, Potensi Masakan Nusantara Di Pasar Dunia | Entrepreneur." Bisnis.com. August 22, 2013. Accessed August 28, 2018. <http://entrepreneur.bisnis.com/read/20130822/263/158136/kuliner-indonesia-potensi-masakan-nusantara-di-pasar-dunia>.

¹⁶ Pujayanti, Adrini. GASTRODIPLOMASI – UPAYA MEMPERKUAT DIPLOMASI INDONESIA, May 29, 2017, 39. Accessed August 29, 2018. <http://jurnal.dpr.go.id/index.php/politica/article/view/884>.

Pakar Kuliner Indonesia, William Wongso, menuturkan faktor yang membuat kuliner Indonesia kurang tampil di ranah internasional ialah kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia mengenai potensi yang dimiliki. Ironisnya lagi, praktisi-praktisi dalam bidang kuliner lebih bangga mempelajari masakan ala barat, atau belajar tentang cara mempercantik masakan internasional. Menurutnya, Untuk dapat mengedepankan kuliner Indonesia sebagai daya tarik utama, membutuhkan kerjasama pemerintah dan masyarakat. Tidak cukup hanya mengandalkan pemerintah, tetapi juga dari para pelaku industri untuk membantu mempromosikan dan memajukan makanan khas Indonesia.¹⁷

Indonesia adalah salah satu negara yang terkenal memiliki kekayaan kuliner. Namun, kekayaan tersebut rupanya menjadi tak serta memudahkan dalam hal promosi ke dunia. Menurut Direktur Pengembangan Wisata Minat Khusus, Konvensi, Insentif, dan Event Kemenparekraf Akhyaruddin¹⁸, perlu satu masakan yang benar-benar mewakili Indonesia secara keseluruhan supaya masyarakat dunia mudah mengenal ciri khas Indonesia. Tantangan *gastrodiplomacy* Indonesia tidak berhenti pada belum adanya ikon kuliner yang mewakili. Semakin jarang ditemuinya makanan khas di berbagai daerah dan kurangnya restoran yang menjajakan makanan khas Indonesia di luar negeri juga merupakan tantangan

¹⁷ Asdhiana. "William Wongso: Makanan Indonesia Akan Menjadi Kiblat Kuliner Dunia." KOMPAS.com. September 29, 2015. Diakses pada 3 September, 2018. <https://travel.kompas.com/read/2015/09/29/082100227/William.Wongso.Makanan.Indonesia.Akan.Menjadi.Kiblat.Kuliner.Dunia>.

¹⁸ Ngantung, Daniel. "Amat Banyak Kekayaan Kuliner Indonesia, Ini Yang Paling Potensial Mendunia." Tribunnews.com. April 02, 2013. Diakses pada 11 Oktober, 2018. <http://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/04/02/amat-banyak-kekayaan-kuliner-indonesia-ini-yang-paling-potensial-mendunia>.

lain.¹⁹ Menurut data tahun 2016, Indonesia baru mempunyai sekitar 100 restoran yang tersebar di luar negeri. Jepang yang mempunyai 89 ribu restoran, Thailand 12 ribu restoran, dan Malaysia 600 restoran.²⁰ Promosi kuliner Indonesia yang mana sekaligus menjadi promosi wisata yang masih diberlangsung sampai saat ini dengan brand “*Wonderful Indonesia*” mengalami peningkatan yang sangat drastis. “*Wonderful Indonesia*” di negara-negara Asia saat ini berada di peringkat 47. Meskipun masih di bawah Singapura yang berada di peringkat 41, branding yang di lakukan oleh Indonesia sudah berhasil mengalahkan Thailand dan Malaysia yang berada di peringkat 83 dan 97.

Pada tahun 2015, Indonesia kembali mempromosikan kulinernya dalam pameran *Summer Fancy Food Show* (SFFS), yang digelar di Jacob Javits Center New York Amerika Serikat, Duta Besar Republik Indonesia di Washington, Budi Bowoleksono membuat satu booth khusus untuk kuliner yang menyajikan nasi goreng dan ayam goreng. Tujuannya untuk membuat masyarakat Amerika Serikat dapat mencintai produk-produk makanan dari Indonesia. Hasilnya pun sangat memuaskan, para pengunjung *Summer Fancy Food Show* sangat antusias mencicipi makanan Indonesia dan mereka ternyata menyukai makanan Indonesia dengan citarasa yang khas.²¹

¹⁹ Abdul Irsan, *Peluang dan Tantangan Diplomasi Indonesia* (Jakarta: Himmah Media Utama, 2010), 10.

²⁰ Yustiana, Kurnia. "Ini 2 Tantangan Indonesia Untuk Promosi Wisata Kuliner." *DetikTravel*. September 26, 2016. Diakses pada 2 September, 2018. <https://travel.detik.com/travel-news/d-3308394/ini-2-tantangan-indonesia-untuk-promosi-wisata-kuliner>.

²¹ *Diplomasi Kuliner, Gaya Baru Dubes RI Di Washington*, June 29, 2015. Diakses pada 2 Februari 2019. <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2015/07/02/diplomasi-kuliner-gaya-baru-dubes-ri-di-washington-id0-1435805018.pdf>.

1.5 Tinjauan Pustaka

Artikel pertama yang ditulis oleh Paul S. Rockower dalam jurnal *Place Branding and Public Diplomacy* membahas mengenai esensi dari gastrodiplomasi²². Makanan dapat berfungsi sebagai cara untuk mendapatkan keuntungan di antara dan membuat koneksi dengan khalayak asing. Dalam gastrodiplomasi, publik cenderung berhubungan dengan budaya asing ketika diperkenalkan melalui masakan, sehingga menciptakan keuntungan ekonomi dan politik yang mungkin bagi negara-negara yang terlibat dalam diplomasi kuliner. Sementara kampanye diplomasi publik tradisional yang didasarkan pada taktik usaha advokasi untuk mempengaruhi opini secara langsung. Menggunakan pendekatan yang lebih holistik untuk meningkatkan kesadaran internasional warisan kuliner dan budaya suatu negara. *Gastrodiplomacy* berbeda dari diplomasi makanan, yang melibatkan penggunaan bantuan makanan dan bantuan makanan di masa krisis atau bencana.

Meskipun diplomasi makanan dapat membantu citra diplomasi publik suatu negara, hal tersebut bukan penggunaan masakan secara holistik sebagai suatu cara untuk mengkomunikasikan budaya melalui diplomasi publik. *Gastrodiplomacy* merupakan bagian dari upaya diplomasi publik yang lebih luas untuk mengkomunikasikan budaya kuliner kepada publik asing dengan cara yang lebih menyebar, dan mencoba untuk mempengaruhi audiens yang lebih luas yaitu masyarakat global daripada elit tingkat tinggi, melalui diplomasi budaya yang

²² Rockower, Paul S. "Recipes for Gastrodiplomacy", *Place Branding and Public Diplomacy*, 1-12 (2012): 2. Diakses pada 17 September 2018.
<https://search.proquest.com/docview/1236699020/fulltextPDF/EF35192EAE314647PQ/1?accountid=31495>.

berusaha untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman budaya kuliner nasional.

Literatur kedua ditulis oleh Juyan Zhang dalam artikel berjudul “*The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns*” mengenai praktek gastrodiplomasi secara umum, yang dimuat pada *International Journal of Communication volume 9* tahun 2015. Sebagai bagian dari diplomasi publik, gastrodiplomasi membutuhkan elemen dasar dari rencana komunikasi strategi, termasuk melakukan riset, mendefinisikan tujuan kampanye, *positioning and branding products*, mengidentifikasi pesan-pesan, membangun strategi dan taktik, pendanaan, penjadwalan dan evaluasi efektivitas²³. Dalam literatur tersebut difokuskan kepada perencanaan kampanye gastrodiplomasi secara umum, dimana dibutuhkannya perencanaan komunikasi agar program gastrodiplomasi dapat terlaksana secara efektif.

Literatur ketiga adalah artikel yang disusun oleh Adrini Pujayanti yang berjudul “Gastrodiplomasi – Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia”, dipublikasikan dalam *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik dalam Negeri dan Hubungan Internasional* yang membahas beberapa negara di Asia, kesadaran akan manfaat gastrodiplomasi sebagai elemen penting destination branding telah muncul sejak satu dasawarsa yang lalu. Negara seperti Thailand, Korea, Singapura dan Taiwan sudah memiliki program yang khusus dibuat untuk memperkenalkan budaya makanan khas mereka secara internasional. kuliner Thailand memiliki posisi yang kuat di kancah internasional. Pemerintah Thailand

²³ Juyan Zhang, “The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns”, *International Journal of Communication*, 9 (2015) : 4-5, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/2847/1316>

dengan cepat menangkap trend Health Food of Asia dengan mengembangkan program “Global Thailand” sejak tahun 2002. Negara ini memberi peran penting para pemilik restoran sebagai non state actor gastrodiplomasi dan menempatkan restoran Thailand sebagai ‘duta budaya’nya di luar negeri.²⁴

Keberhasilan beberapa negara berkembang meningkatkan nation branding dan perekonomian dengan dukungan gastrodiplomasi merupakan sebuah *wake up call* bagi Indonesia untuk segera membangun strategi serupa. Kemlu perlu segera menyusun sebuah grand design diplomasi kuliner Indonesia sebagai bagian dari *soft power diplomacy* Indonesia. Hal ini antara lain bertujuan agar masakan Indonesia lebih dikenal luas oleh masyarakat internasional dan kuliner Indonesia dapat menjadi bagian penting dari khasanah kuliner global. Promosi kuliner melalui gastrodiplomasi tidak saja akan mewakili tampilan budaya, namun juga akan membawa manfaat bagi kepentingan ekonomi Indonesia. Dalam jurnal ini membahas kelebihan serta keuntungan gastrodiplomasi untuk meningkatkan citra negara Indonesia, tetapi tidak memberikan kekurangan dari gastrodiplomasi itu sendiri sebagai bagian dari diplomasi Indonesia.

Tiga literatur yang dibahas mendukung aspek-aspek gastrodiplomasi untuk kepentingan negara yang bersangkutan. Budaya adalah salah satu dasar umum yang digunakan oleh negara dalam melakukan praktek gastrodiplomasi. Indonesia juga menggunakan budaya sebagai instrumen dan fondasi atas aktivitas diplomasi publik, terutama gastrodiplomasi.

²⁴ Pujayanti, Adrini. “Gastrodiplomasi – Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia”, Jurnal Politika Dinamika Masalah Politik dalam Negeri dan Hubungan Internasional, 1st ser., 8 (May 29, 2017): 44-46. Accessed October 11, 2018. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR.

1.6 Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dan metode deskriptif untuk menjelaskan hasil data yang deskriptif Indonesia sebagai negara yang memanfaatkan *gastrodiplomacy* sebagai salah satu cara untuk membangun opini publik terhadap negaranya. Metode ini sangat tepat digunakan dalam penelitian ini karena penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif yang bertujuan menggambarkan, mengungkapkan, dan menjelaskan fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknis studi literatur yang didapat dari buku, jurnal, artikel, literatur, dokumen yang relevan dan sumber dari internet. Data-data yang telah dikumpulkan kemudian digunakan sebagai data pendukung maupun bahan analisa bagi penulis untuk menjawab pertanyaan penelitian.

1.6.1 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan terbagi dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

Bab pertama adalah pendahuluan, berisi rancangan dasar dan menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, identifikasi masalah, kajian literatur, kerangka pemikiran, metodologi dan teknik pengumpulan data dan sistematika pembahasan.

Bab kedua membahas mengenai diplomasi publik Indonesia dan bagaimana *gastrodiplomacy* Indonesia mempengaruhi dan berperan dalam praktik diplomasi Indonesia

Bab ketiga membahas atas latar belakang berkembangnya *gastrodiplomacy*, serta praktik dan program *gastrodiplomacy* yang dilakukan oleh Indonesia, dan pengaplikasian *gastrodiplomacy* Indonesia di Amerika Serikat.

Bab keempat menganalisis tentang analisa bagaimana aktivitas *gastrodiplomacy* Indonesia di Amerika Serikat. Pengaplikasian program *gastrodiplomacy* Indonesia sudah berhasil diterapkan atau tidak dan respon dari masyarakat Amerika Serikat terhadap program tersebut, apakah mencapai tujuan dari *gastrodiplomacy*.

Bab V sebagai kesimpulan.