

BAB IV

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki fokus mengenai gastrodiplomasi Jepang kepada Amerika Serikat melalui washoku. Untuk dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian yakni, “Bagaimana Upaya-Upaya Gastrodiplomasi Jepang Melalui JRO dalam Memperkenalkan Washoku di Amerika Serikat Tahun 2015-2019?”, penulis menggunakan teori diplomasi publik oleh Nicholas J. Cull. Diplomasi publik tidak dapat berjalan sukses, apabila hanya melibatkan pemerintah saja, maka dari itu dalam gastrodiplomasi yang dilakukan Jepang-AS, turut melibatkan organisasi-organisasi pendukung, seperti JRO, JETRO, JNTO (*Japanese National Tourist Organization*). Jepang dikenal sebagai salah satu negara yang kental akan keanekaragaman kulinernya yang khas, karena hal tersebut tidak sedikit masyarakat dari seluruh dunia mendatangi Jepang bukan hanya untuk destinasi berlibur, namun juga untuk menikmati kuliner Jepang yang terkenal di seluruh dunia. Kuliner washoku Jepang yang kian populer di seluruh penjuru dunia ini, terdaftar pada warisan budaya tak-benda UNESCO, dan telah oleh pemerintah Jepang di bawah Departemen Pertanian, kehutanan dan perikanan Jepang, tepatnya pada tahun 2013.

Dalam diplomasi publik, ada keinginan global untuk mempengaruhi opini masyarakat negara lain terhadap negaranya dan untuk mempengaruhi masyarakat lebih dibutuhkan hubungan *government to people*. Oleh karena itu membuat acara yang lebih melibatkan masyarakat menjadi salah satu cara yang paling efektif dalam diplomasi publik, begitu pula dalam kasus gastrodiplomasi. Acara tersebut

sering dilakukan oleh JPF, JETRO dan juga JRO di Amerika Serikat. Setelah sukses sebagai negara Asia pertama yang dikenal yang melakukan diplomasi budaya melalui pop culture-nya, yang berupa *anime*, manga, fashion, musik, Jepang melihat peluang dalam bidang kuliner, bagi Jepang, kuliner memiliki nilai jual yang cukup tinggi dan efektif di mata internasional. Selanjutnya, strategi gastrodiplomasi yang dilakukan Jepang, juga melibatkan pendidikan, dalam hal ini aspek pendidikan yang melibatkan orang-orang yang dalam pendidikan kuliner, khususnya melalui program pengajaran dan acara partisipatif, untuk memberikan kepastian antara konsistensi hubungan antara kesan dari makanan dengan pecinta makanan dalam jangka panjang.

Dalam implementasinya, gastrodiplomasi Jepang di AS meliputi peran besar aktor pemerintah, aktor non-negara, serta media, yang mendukung upaya Jepang sebagai jalur pertama, ketiga dan kesembilan dalam diplomasi multi-jalur. Jalur-jalur tersebut akan saling bersinergi satu sama lain, yang akan dijadikan alat untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat diluar Negara Jepang, dalam upaya mencapai tujuan utama atau kepentingan nasional.

Pemerintah Jepang telah serius berkontribusi dalam melakukan gastrodiplomasi melalui *washoku*. Upaya Jepang ini didominasi oleh Departemen Diplomasi publik, yang bergerak di bawah naungan MOFA (*Ministry of Foreign Affairs*), dan JNTO (*Japanese National Tourist Organization*) turut menjadi bagian dalam pelaksanaan diplomasi publik Jepang *Campaign* gastrodiplomasi yang dilakukan Jepang, mendapat dukungan METI (*Ministry Of Economy, Trade and*

industry yang memberikan dana investasi untuk pembukaan restoran di kota-kota besar di Amerika Serikat, seperti New York.

Upaya MAFF dalam gastrodiplomasi Washoku yaitu, memberikan apresiasi terhadap masakan otentik Jepang di mancanegara, yang dilaksanakan pada akhir tahun 2006, dengan cara melakukan pengenalan sistem sertifikasi restoran Jepang yang ada di luar negeri. Bisnis yang diusung oleh MAFF sering disebut oleh media asing sebagai "*sushi police*". Salah satu aksi "*sushi police*" dilakukan pada November 2006 dengan menyusup ke sebuah restoran di Colorado yang menyajikan BBQ Korea dan juga sushi. Hal ini dilakukan dengan memastikan bahwa masakan Jepang asli benar-benar berbeda dari masakan Jepang yang tidak asli, namun banyak media asing yang memberikan respon negatif terhadap keberadaan "*sushi police*". Maka dari itu, pada akhirnya rencana sertifikasi direvisi dan diubah menjadi Recommendation Program pada tahun 2007. Rekomendasi tersebut lebih difokuskan pada penggunaan bahan-bahan asli Jepang dan keterampilan memasak Jepang.

Dalam memberikan dukungan berlanjut, keberhasilan gastrodiplomasi Jepang, MAFF juga melakukan cara lain untuk, yaitu dengan membuat acara seperti kelas memasak. Salah satu acara yang diadakan oleh MAFF adalah kelas memasak di Beverly, Boston pada tanggal 9 dan 10 Juni 2016 yang bertujuan untuk mengajari orang-orang yang belum tahu atau koki profesional bagaimana mempersiapkan dan mengapresiasi washoku. Keseluruhan upaya yang dilakukan oleh MAFF dalam gastrodiplomasi Washoku di Amerika Serikat didasarkan pada 3 pilar yaitu: "*Made from Japan*", "*Made by Japan*" dan "*Made in Japan*", dimana

"from" berarti penggunaan bahan-bahan yang berasal dari Jepang dalam pasar global, sedangkan arti *"by"* adalah membangun budaya makan dan industri makanan Jepang, karena *"in"* mengacu pada strategi ekspor Jepang.

JRO, sebagai salah satu aktor non-negara yang terlibat, organisasi ini bekerja untuk mempercepat dan mempromosikan penyebaran budaya makanan Jepang yang tepat kepada dunia. Dengan support kehadiran restoran Jepang, yang ditujukan untuk memperluas budaya pangan Jepang, sehingga berkontribusi pada pengadaan budaya makanan di seluruh dunia. Melalui JRO ini, mendukung restoran Jepang di seluruh dunia untuk mengkomunikasikan daya tarik makanan Jepang kepada dunia, meningkatkan teknologi restoran Jepang, dan berkontribusi pada pengembangan pasar luar negeri untuk makanan dan bahan-bahan Jepang. Hadirnya JRO untuk merekomendasikan washoku demi meningkatkan kepercayaan konsumen pada restoran Jepang dan mempromosikan ekspor produk pertanian dan kelautan Jepang, mempopulerkan budaya makanan Jepang dan untuk fokus tujuan jangka panjang yakni membangun industri makanan Jepang di tujuan luar negeri.

Pengaruh opini publik Jepang di AS, secara tidak langsung berdampak kepada hubungan antar kedua negara tersebut. Dengan adanya keterikatan masyarakat dengan aspek-aspek seperti kebudayaan kuliner, dapat memberi pengaruh terhadap kebijakan serta Tindakan pemerintah. Sehingga melalui implementasi gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Jepang melalui JRO, Jepang dapat mencapai kepentingan nasionalnya serta menjaga hubungan baik antara kedua belah pihak.

Berdasarkan analisa dalam penelitian yang penulis lakukan, bagi penelitian-penelitian lanjutan, diharapkan dapat melakukan tinjauan kritis terhadap sistem pemasaran washoku Jepang di Amerika Serikat. Dengan begitu, dapat diketahui seberapa besar tingkat efektifitas upaya-upaya yang dilakukan Jepang dalam bergastrodiplomasi dengan Amerika Serikat. Untuk lebih lanjut, dapat diketahui apakah pandangan dan strategi yang dilakukan oleh Jepang kepada AS. Oleh karena itu perlu adanya penelitian khusus terkait bagaimana Jepang memasarkan washoku di dunia internasional dan Amerika Serikat secara khusus. Selain itu penelitian ini hanya membatasi aspek pembahasan pada upaya-upaya yang dilakukan oleh aktor non pemerintah dalam implementasi gastrodiplomasi Jepang kepada AS.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Bakry, Umar Suryadi. Metode Penelitian Hubungan Internasional (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017):18-19. <https://pustakapelajar.co.id/buku/metode-penelitian-hubungan-internasional>

Creswell, John W. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, (Los Angeles: SAGE Publications, 2014).

Cull, NJ. The Cold War and the United States Information Agency: America Propaganda and Public Diplomacy, 1945-198, New York:Cambridge University Press, 2008.

Rockower, Paul S. Recipes for Gastrodiplomacy. http://publicdiplomacymagazine.com/wp-content/uploads/2013/07/pb201217_AOP-1-copy.pdf, Diplomacy advance online publication,(14 November 2012)

Djelantik, Sukawarsini. Diplomasi Antara Teori dan Praktik (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2008) halaman 4-10.

Artikel Jurnal

Anggraeni, Dian dan Kurniawati, Erna “*Gastrodiplomacy Washoku Amerika Serikat*” Jurnal Hubungan Internasional. Vol 19. Nomor 1(2016): 14-20
DOI: <https://doi.org/10.31315/paradigma.v20i1.2443>

Chang, Voltaire. *Policing washoku: the performance of culinary nationalism in Japan*.(2019) : 14-17.
<https://agris.fao.org/agrissearch/search.do?recordID=US202000064566>

Cull, Nicholas J. *Public Diplomacy Before Gullion : The Evolution of Phrase* USC Center on Public Diplomacy. <http://usecpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>

Cwierotka, Katarzyna J. “*Food as Intangible Cultural Heritage: A Lesson from*

Japan". (2015) : 175-181.

<https://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?DocID=P20160615001-201510-201606150042-201606150042-13-1-13-16>

Farina, Felice. "Japan's gastrodiploamacy as soft power: global washoku and national food security," *Journal of Contemporary Eastern Asia* Vol. 17, No. 1 (2018). <https://doi.org/10.17477/jcea.2018.17.1.152>

Hariyanti, Nunik. "Gastrodiploamacy: Bringing Food Into a National Policy." (2016) : 422-424.

Leonard, Mark. *Diplomasi By Other Means*

<https://www.jstor.org/stable/3183455?seq=1>

Mori, Sumiko. *Japan's Public Diplomacy and Regional Integration in East Asia: Using Japan's Soft Power of the USJP*, (Cambridge: Harvard University, 2006), hal 19-20. <https://programs.wcfia.harvard.edu/us-japan/publications/06-10-japans-public-diplomacy-and-regional-integration-east-asia-using-japans>

Nadejda, Gadjeva. "Japan's Public Diplomacy in Practice: The Case of Bulgaria," http://www.ritsumeai.ac.jp/ir/isaru/assets/file/journal/31-1_05GADJEVA.pdf

Sakamoto, Rumi. Matthew, Alen. "There's Something Fishy about That Sushi: How Japan Interprets the Global Sushi Boom". *Japan Forum* (2011). DOI: 10.1080/09555803.2011.580538

Zhang, Juyan. *The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiploamacy Campaigns*", (2015) : 4-9. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2847/1316>.

Situs Web

Ajinomoto Group, "For the Future of People and the Earth." Ajinomoto Group https://www.ajinomoto.co.jp/company/en/activity/csr/pdf/2015/ajinomoto_csr15.pdf

American View, "American-Style: Washoku Edible Art and Food for the Soul" <https://amview.japan.usembassy.gov/982/>

Arigatou Food Tours Japan,” Washoku : Japanese Food and Culture”
<https://arigatojapan.co.jp/washoku/>

Ashkenazi, Michael. Jacob, Jane “ Food Culture in Japan” Food Culture Around
 The World, (2003) <https://www./Food-Culture-Japan-around-World/dp/0313324387>

Is this That Food “Are japanese Food and Chinese food the same thing”
<https://isthishatfood.com/japanese-food-chinese-food/>

Japanese Restaurant Organization “Introduction of restaurants handling Japanese
 Food”
<http://jronet.org/restaurant/list/page/3/?areas%5B0%5D=%E5%8C%97%E4%B8%AD%E7%B1%B3>

Japan Real Time ,“Cool Japan’s Lastest Offering: Ramen Noodles”
<http://blogs.wsj.com/japanrealttime/2014/12/09/cool-japanslatest-offering-ramen-noodles/>).

Japan Times “Japan to Set Up Certification Program for ‘Washoku’ Chef
 Overseas” <http://www.japantimes.co.jp/news/2016/01/18/>

JETRO United States ,“Market Overview of Food & Drink in United States.”
 JETRO United States<https://www.jetro.go.jp/usa>

JETRO USA ,“Event Calendar”
<https://www.jetro.go.jp/usa/>

Kikkoman ,”Seasoning Your Life”
<https://www.kikkoman.com/en/index.html>

MAFF, “Guideline for Certification of Cooking Skills for Japanese Cuisine in
 Foreign Affairs “ <http://www.maff.go.jp/e/policies/>

Metropolis Japan, “Modern Japanese Food: An Evolution of Note”
<https://metropolisjapan.com/modern-japanese-food>

Ministry of Foreign Affairs of Japan, “Interational Situation and Japan’s
 Diplomacy in 2013”

https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2014/html/chapter1/japans_diplomacy.html

Napa Valley, “Japanese Cuisine Has Increasing Appeal for American Palates” https://napavalleyregister.com/lifestyles/food-and-cooking/japanese-cuisine-has-increasing-appeal-for-american-palates/article_922c990e-fc16-11df-8451-001cc4c002e0.html.

Nikkei staff , “Traditional Japanese ingredients make their way into US kitchens”.
<https://asia.nikkei.com/Business/Business-trends/Traditional-Japanese-ingredients-make-their-way-into-US-kitchens>

Nippon your Doorway to Japan, “Washoku Designated UNESCO Intangible Cultural Heritage”
<https://www.nippon.com/en/behind/100052/washoku-designated-unesco-intangible-cultural-heritage.html>

Proposal for Japanese Restaurant Recommendation Program, “Council of Advisors for the Recommendation of Japanese Restaurants Outside Japan”
https://www.maff.go.jp/e/soushoku/sanki/easia/e_sesaku/japanese_food/pdf/proposal_e.pdf

The Japan Times , “Shokudo Marusin: Light, Flavorful Teishoku Meals”
<https://www.japantimes.co.jp/life/2019/06/22/food/shokudo-marushin-light-flavorful-teishoku-meals/>

The Japan Times, “Japan to set up certification program for 'washoku' chefs overseas”
<https://www.japantimes.co.jp/news/2016/01/18/national/japan-set-certification-program-washoku-chefs-overseas/>

U.S Public Diplomacy, “Mediating Gastrodiplomacy : The Symbolic Role of Sushi in Japan-U.S Relation”
<https://www.uspublicdiplomacy.org/blog/mediating-gastrodiplomacy-symbolic-role-sushi-japan-us-relationships>

U.S. Department of State, “U.S Relation With Japan : Bilateral relation fact”
<https://www.state.gov/u-s-relations-with-japan/>.

U.S Department of State, “U.S Relation With Japan”
<https://www.state.gov/u-s-relations-with-japan/>

Washington Post, “Putting the Bite On The Pseudo Sushi and Other Insults”
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/>

Your Japan, “Washoku-An Introduction To The Traditional Japanese Cuisine”
<https://itsyourjapan.com/washoku/>