

BAB IV

KESIMPULAN

Melihat dari seluruh penelitian yang telah dilakukan didasari dengan pertanyaan penelitian “Bagaimana *Netflix Series “Street Food Asia”* mendukung upaya Gastrodiplomasi Korea Selatan?”, maka disimpulkan bahwa *Netflix* dapat menjadi aktor diplomasi yang mampu mendukung peningkatan *soft power* Korea Selatan dalam bidang gastrodiplomasi. Di tengah perkembangan teknologi saat ini, masyarakat tentu berketergantungan dengan penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai upaya dari pengembangan teknologi yang dilakukan negara, negara pun mempergunakan teknologi sebagai media informasi dan dalam berdiplomasi. Korea Selatan sebagai negara yang memiliki kemampuan dalam bidang *soft power* yaitu *Hallyu*, berupa budaya populer modern yang banyak digemari oleh masyarakat dunia. Korea Selatan bekerja sama dengan *Netflix* agar *soft power* negara semakin mudah dijangkau oleh masyarakat internasional. *Netflix* menjadi *platform* yang baik untuk menunjukkan berbagai macam budaya sebagai upaya dari diplomasi dan gastrodiplomasi dengan penyediaan konten pengenalan budaya dalam bidang makanan dan kuliner. *Netflix Series “Street Food: Asia”* yang merupakan serial *original* dari *Netflix* menjadi topik kajian sebagai faktor pendukung yang cukup besar dalam gastrodiplomasi Korea Selatan. Melihat dari upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan tidak memiliki dampak berkelanjutan, sehingga dengan adanya kerjasama Pemerintah Korea Selatan dengan *Netflix* dapat mendukung pengupayaan Gastrodiplomasi Korea Selatan. Melalui *Netflix Series “Street Food: Asia”*

Episode 6: *Seoul, South Korea* mengakibatkan banyak masyarakat global yang tertarik untuk datang ke Korea Selatan dan mengunjungi serta mencoba makanan-makanan yang ditampilkan dalam serial tersebut. “*Street Food: Asia*” merupakan serial yang memberikan pengenalan makanan dengan cukup deskriptif, sehingga masyarakat global pun dapat mengenal Korea Selatan dari budaya makanan melalui serial tersebut. Hal ini pun mendukung berbagai upaya pengembangan dan pengenalan makanan yang seharusnya dilakukan oleh Pemerintah Korea untuk menunjukkan bahwa makanan dapat menjadi media dalam berdiplomasi yang baik serta diplomasi melalui *platform* media sosial dapat meningkat keefektifan dan efisiensi negara dalam mendiplomasikan berbagai aspek negara.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menyadari adanya kesulitan untuk memperoleh informasi dari berbagai situs resmi terkait program-program yang telah dilakukan oleh negara Korea Selatan secara lebih detail dan rinci. Penulis juga kesulitan untuk mengumpulkan data terkait lebih banyak informasi mengenai serial *Netflix* secara khusus dalam bidang makanan yang didukung oleh pemerintah Korea Selatan sendiri dalam kerjasama yang dilakukan. Berbagai laporan data dan penelitian akademisi juga banyak menggunakan bahasa asing dalam penulisannya, sehingga penulis merasa kesulitan untuk menerjemahkan atau menggali informasi lebih lanjut terkait data-data dari situs Pemerintah Korea Selatan. Untuk penelitian berikutnya penulis menyarankan untuk lebih mencari sumber ataupun melakukan penelitian dengan program-program Gastrodiplomasi yang lebih banyak menerima dukungan dan mengalami *progress* kinerja yang lebih banyak informasi agar mempermudah proses analisis.

Daftar Pustaka

Buku

- Berelson, Bernard. "Content analysis in communication research." (1952).
- Choi, Jong-Moon. "Globalising Korean food and stimulating inbound tourism." *Food and the Tourism Experience* (2012): 123.Z
- Hastings, Reed, and Erin Meyer. 2020. *No Rules Rules*. Penguin.
- Nicolson, Harold, and Lord Butler. 1969. *Diplomacy*. London Oxford Univ. Pr.
- Suntikul, Wantanee. "Gastrodiplomacy in tourism." *Current Issues in Tourism* 22, no. 9 (2019): 1076-1094.
- Nye Jr, Joseph S. "Public diplomacy and soft power." *The annals of the American academy of political and social science* 616, no. 1 (2008): 94-109.
- Sugiyono, Dr. "Memahami penelitian kualitatif." (2010)

Jurnal dan Artikel

- Anna, Lipscomb. 2019. "Culinary Relations: Gastrodiplomacy in Thailand, South Korea, and Taiwan." *The Yale Review of International Studies*. March 28, 2019. http://yris.yira.org/essays/3080#_ftn78.
- Ayhan, Kadir Jun. "An exploration of Korean discourses on public diplomacy." *Journal of Contemporary Eastern Asia* 19, no. 1 (2020): 31-42.
- Bae, Eun-song, Meehyang Chang, Eung-Suk Park, and Dae-cheol Kim. "The effect of Hallyu on tourism in Korea." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 3, no. 4 (2017): 22.

- Cho, Hong Sik. 2006. "Food and Nationalism: Kimchi and Korean National Identity." *The Korean Journal of International Studies*, December. <https://doi.org/10.14731/kjis.2006.12.46.5.207>.
- Bok-Rae, Kim. "Past, present and future of Hallyu (Korean Wave)." *American International Journal of Contemporary Research* 5, no. 5 (2015): 154-160.
- Dwyer, Tim, Yongwoon Shim, Heejin Lee, and Jonathon Hutchinson. "Comparing digital media industries in South Korea and Australia: The case of Netflix take-up." *International Journal of Communication* 12 (2018): 20.
- Fan, Ying. "Branding the nation: What is being branded?." *Journal of vacation marketing* 12, no. 1 (2006): 5-14.
- Fusch, Patricia, Gene E. Fusch, and Lawrence R. Ness. "Denzin's paradigm shift: Revisiting triangulation in qualitative research." *Journal of Sustainable Social Change* 10, no. 1 (2018): 2.
- Juniarti, Suhaida, Alfian Hidayat, and Purnami Safitri. "Analisis Strategi Gastrodiplomasi Korea Selatan dari Segi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Asing di Korea Selatan (2014-2019)." *Indonesian Journal of Global Discourse* 3, no. 1 (2021): 20-34.
- Kim, C.-H. (2017). Let Them Eat Royal Court Cuisine! Heritage Politics of Defining Global Hansik. *Gastronomica: The Journal of Critical Food Studies*, 17(3), 4–14. doi:10.1525/gfc.2017.17.3.4
- Kim, Chi-Hoon. " *Discover Korea's Delicious Secret*": *The Politics of Gastro-national Branding*. Diss. Indiana University, 2019.

- Lee, Seow Ting. "Film as cultural diplomacy: South Korea's nation branding through Parasite (2019)." *Place Branding and Public Diplomacy* (2021): 1-12.
- Lewis, Tania. "Digital food: from paddock to platform." *Communication Research and Practice* 4, no. 3 (2018): 212-228.
- Park, Ji Hoon, Kristin April Kim, and Yongsuk Lee. "Theorizing the Korean Wave| Netflix and Platform Imperialism: How Netflix Alters the Ecology of the Korean TV Drama Industry." *International Journal of Communication* 17 (2022): 20.
- Park, Yong Min, and Yang-woo Kim. "User Perceptions of a Digital Archive for Content Creation: Focused on the Korea Creative Content Agency (KOCCA)'s' Culturing'." *Journal of the Korean BIBLIA Society for library and Information Science* 31, no. 1 (2020): 285-310.
- Rockower, Paul S. "Projecting Taiwan: Taiwan's public diplomacy outreach." *Issues & Studies* 47, no. 1 (2011): 107-152.
- Wijninga, Peter, Willem Theo Oosterveld, Jan Hendrik Galdiga, Philipp Marten, Eline Chivot, Maarten Gehem, Emily Knowles, et al. "STATE AND NON-STATE ACTORS: BEYOND THE DICHOTOMY." Edited by Joris van Esch, Frank Bekkers, Stephan De Spiegeleire, and Tim Sweijs. *STRATEGIC MONITOR 2014: FOUR STRATEGIC CHALLENGES*. Hague Centre for Strategic Studies, 2014. <http://www.jstor.org/stable/resrep12608.8>.
- Zhang, Juyan. "The food of the worlds: Mapping and comparing contemporary gastrodiplomacy campaigns." *International Journal of Communication* 9 (2015): 24.

Situs Web

Adams, Tim. 2022. "K-Everything: The Rise and Rise of Korean Culture." *The Guardian*, September 4, 2022. <https://www.theguardian.com/world/2022/sep/04/korea-culture-k-pop-music-film-tv-hallyu-v-and-a>.

"Campaign Starts to Globalize Korean Food." 2008. Koreatimes. October 16, 2008. https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2023/11/129_32807.html.

Crawford, Matt C. 2018. "South Korea's Unstoppable Taste for Haste." *Www.bbc.com*. July 9, 2018. <https://www.bbc.com/travel/article/20180708-south-koreas-unstoppable-taste-for-haste>.

"From K-Pop to K-Food, K-Beauty, and Netflix K-Dramas: A Three-Day Long Immersive Festival for All Things Korean : Korea.net : The Official Website of the Republic of Korea." n.d. *Www.korea.net*. Accessed December 22, 2023. <https://www.korea.net/Events/Overseas/view?articleId=19158>.

Ga-young, Park. 2023. "Culture Minister: Netflix Investment Both Opportunity and Concern." *The Korea Herald*. May 17, 2023. <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20230517000662>.

"Jumlah Kunjungan WNA Ke Korsel Tahun 2023 Mencapai 11 Juta Orang." 2024. *World.kbs.co.kr*. January 18, 2024. https://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=i&Seq_Code=73394.

"K-Pop Popularity Worldwide 2022." n.d. Statista. Accessed December 6, 2023. <https://www.statista.com/statistics/937232/south-korea-kpop-popularity-worldwide/#:~:text=K-pop%20popularity%20worldwide%202022%20Published%20by%20Statista%20Research>.

Korean Culture and Information Service (KOCIS). 2019. “Hallyu (Korean Wave).” Korea.net. 2019.
<https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>.

Morabito, Greg. 2019. “How the ‘Chef’s Table’ Team Created Another Netflix Masterpiece with ‘Street Food.’” Eater. April 26, 2019.
<https://www.eater.com/2019/4/26/18517535/street-food-creators-david-gelb-brian-mcginn>.

Naomi Imatome-Yun. 2022. “The Facts about the 15 Essential Korean Ingredients.” The Spruce Eats. December 21, 2022.
<https://www.thespruceeats.com/essential-korean-ingredients-2118642>.

Ryall, Julian. 2023. “Why Is Netflix Pouring Billions into South Korean Shows? – DW – 05/01/2023.” Dw.com. January 5, 2023.
<https://www.dw.com/en/why-is-netflix-pouring-billions-into-south-korean-shows/a-65480359>.

Shewale, Rohit. 2023. “Netflix Statistics 2023 (Users, Revenue & Trends).” December 18, 2023.
<https://www.demandsage.com/netflix-subscribers/#:~:text=Netflix%20is%20a%20leading%20SVOD>.

“Yukhoe, from the Royal Courts to a Daily Delicacy.” 2022. MICHELIN Guide. May 27, 2022.
<https://guide.michelin.com/kr/en/article/features/korean-daily-gourmet-yukhoe-copy1>.

Laporan

Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs. n.d. "History."
 Www.mafra.go.kr. <https://www.mafra.go.kr/english/751/subview.do>.

"South Korea - Soft Power." n.d. Soft Power 30.
<https://softpower30.com/country/south-korea/>.

"South Korea: Korean Drama Popularity Worldwide 2018 | Statista." 2018.
 Statista. Statista. 2018.
<https://www.statista.com/statistics/999239/south-korea-korean-drama-popularity-worldwide/>.

"South Korea: Korean Food High Popularity Worldwide 2022." n.d. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/1328910/south-korea-korean-food-high-popularity-worldwide/>.

"South Korea: Korean Food Popularity Worldwide 2021." n.d. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/999304/south-korea-korean-food-popularity-worldwide/>.

Stoll, Julia. 2023. "Number of Netflix Paid Subscribers Worldwide from 1st Quarter 2013 to 3rd Quarter 2022." Statista. 19 October 2023.
<https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>.

UNESCO World Heritage Centre. 2015. "Republic of Korea - UNESCO World Heritage Centre." Unesco.org. 2015.
<https://whc.unesco.org/en/statesparties/kr>.

"Welcome to the Website of the Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea." n.d. Www.mcst.go.kr.
<https://www.mcst.go.kr/english/about/history.jsp?pTab=03>.

World Design Organization (WDO). n.d. "WDO | Past Cities | WDC Seoul 2010."

<https://wdo.org/programmes/wdc/past-cities/wdcseoul2010/>.

Yang, Yuqing. "South Korea: country report." (2022).