



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

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**Upaya - upaya Gastrodiplomasi Indonesia Terhadap
Inggris Tahun 2012-2017**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Hubungan Internasional

Oleh

Triayu Anies Nabila

2014330011

Bandung

2018



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

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**Upaya - upaya Gastrodiplomasi Indonesia Terhadap
Inggris Tahun 2012-2017**

Skripsi

Oleh

Triayu Anies Nabila

2014330011

Pembimbing

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

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



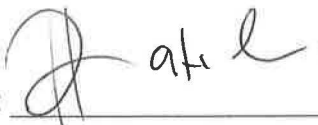
Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Triayu Anies Nabila
Nomor Pokok : 2014330011
Judul : Upaya – Upaya Gastrodiplomasi Indonesia Terhadap
Inggris Tahun 2012-2017

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 3 Agustus 2018
Dan dinyatakan **LULUS**


Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Ratih Indraswari, S.IP., M.A.

: 

Sekretaris

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

: 

Anggota

Albert Triwibowo, S.IP., M.A.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Triayu Anies Nabila
NPM : 2014330011
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul : Upaya-upaya Gastrodiplomasi Indonesia Terhadap Inggris Tahun 2012-2017

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 di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 13 Juli 2018,



Triayu Anies Nabila

ABSTRAK

Nama: Triayu Anies Nabila

NPM: 2014330011

Judul: Upaya – Upaya Gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris Tahun 2012 – 2017

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, diplomasi ini dilaksanakan sebagai upaya pengenalan dan promosi Indonesia kepada masyarakat Inggris yang merupakan salah satu negara sahabat dari benua Eropa. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menjelaskan upaya gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris sebagai salah satu metode diplomasi publik untuk memperkenalkan budaya Indonesia dan mempromosikan Indonesia. Untuk menjawab pertanyaan penelitian **“Bagaimana bentuk dan pola gastrodiplomasi Indonesia terhadap publik di Inggris?”**, penulis menggunakan konsep diplomasi multijalur dari Diamond dan McDonald, diplomasi publik dan gastrodiplomasi dari Rockower Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu yang menggunakan data – data deskriptif melalui studi literatur dari berbagai sumber yang dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan. Bentuk dan pola gastrodiplomasi Indonesia telah berhasil meningkatkan minat masyarakat Inggris atas masakan dan budaya Indonesia serta mempererat hubungan diplomatik antara keduanya.

Kata kunci: diplomasi publik, budaya, gastrodiplomasi, Indonesia, Inggris.

ABSTRACT

Name: Triayu Anies Nabila

NPM: 2014330011

Title: *Indonesia's Gastrodiplomacy towards the United Kingdom in 2012 – 2017*

Gastrodiplomacy as part of public diplomacy usually used by middle power countries like Indonesia to increase the positive image and to introduce its culture to international world. With Indonesian multiculturalism (culinary), this kind of diplomacy implemented as the efforts to introducing and promoting Indonesia to the people of the UK which is one of European country that has a good relationship with Indonesia. The aim of this research is to explain the efforts of Indonesia's gastrodiplomacy towards the United Kingdom (UK) as one of the methods of public diplomacy to introduce Indonesia's culture and to promote Indonesia. To answer the research question, "how are the form of Indonesia's gastrodiplomacy is used as a tool of public diplomacy in the UK?", the writer uses multi-track diplomacy concept by Diamond and McDonald, public diplomacy and gastrodiplomacy concept by Rockower. The method that the writer uses in this research is qualitative that using descriptive data through literatures from some trusted sources. The form of Indonesia's gastrodiplomacy has been successfully increase the people of the UK's interest on Indonesia's culinary and culture; also strengthen diplomatic relationship between both countries.

***Keywords:* public diplomacy, culture, gastrodiplomacy, Indonesia, UK.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan rahmat – Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Upaya – Upaya Gastrodiplomasi Indonesia Terhadap Inggris Tahun 2012 – 2017.” Penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi, serta dalam rangka memperoleh gelar Strata Satu pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Secara garis besar, penelitian ini mendeskripsikan mengenai diplomasi publik Indonesia terhadap Inggris, dengan menggunakan cara gastrodiplomasi pada tahun 2012 – 2017. Penelitian ini menganalisis dan menjelaskan upaya – upaya gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris pada periode waktu tersebut. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberi sumbangsih terhadap kepustakaan ilmu hubungan internasional. Penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dalam tata penulisan maupun penyajian penelitian. Akhir kata, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sukawarsini Djelantik, Ph.D dan Ibu Jessica Martha, M.I.Pol., selaku dosen pembimbing. Penulis juga ingin berterima kasih kepada orang tua, keluarga, dan teman – teman penulis atas doa dan dukungan terhadap penelitian ini.

Bandung, 12 Juli 2018

Triayu Anies Nabila

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan nikmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan dapat menyelesaikan perkuliahan di bidang studi Ilmu Hubungan Internasional UNPAR. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Mami-Papi, yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang yang tiada henti kepada penulis. Kemudian kepada Kakak Ican-Kaka Fu, Abang Harry-Kaka Nicky, terima kasih telah menjadi kakak-kakak yang baik, yang selalu mendukung dan mendoakan penulis. Semoga Mami-Papi, Kakak Ican-Kaka Fu, dan Abang Harry-Kaka Nicky selalu dalam lindungan Allah SWT dan dilancarkan segala urusannya. *I am very grateful that I'm destined for this family. Baiti Jannati.*

Terima kasih pula kepada pembimbing penulis, Ibu Sukawarsini Djelantik, Ph.D., dan Mbak Jessica Martha, S.IP., M.A., atas segala bimbingan, arahan, ilmu, saran, dan pengalaman yang diajarkan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pembimbing yang sangat baik dan sabar. Semoga Ibu Suke dan Mbak Jess selalu diberkati oleh Tuhan dan dilancarkan segala urusannya. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh dosen HI UNPAR atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.

Kepada wanita-wanita tangguh; Gadis Gladya, Larasati Utoro, Annisa Laksmintari, Saraswati K.M., dan Glorya Panjaitan, terima kasih telah menjadi teman

menyenangkan, menyebalkan, dan kadang menjengkelkan. Terima kasih telah mengisi hari-hari penulis selama di UNPAR dengan canda tawa dan obrolan-obrolan menarik lainnya. Terima kasih pula kepada Nadya Ridha dan Zahra Waduda telah menjad teman yang baik untuk berdiskusi, *ngegosip*, dan melakukan berbagai hal seru bersama lainnya. Terima kasih teman-teman, semoga pertemanan ini bisa terus terjaga sampai kapanpun. Sukses selalu semuanya!

Terima kasih kepada Ronald Meizaqi, teman satu SMP dengan penulis dan kami bertemu kembali di HI UNPAR. Teman seperjuangan dalam perkuliahan dan kegiatan kepanitiaan di kampus, khususnya yang berkaitan dengan konsumsi. Teman yang benar-benar tau segala hal tentang penulis, terutama di semester terakhir saat proses pengerjaan skripsi ini berlangsung. Teman yang selalu mengingatkan, menyemangati, dan menakuti penulis mengenai skripsi. Teman yang selalu memberikan dukungan kepada penulis di masa-masa terlemah penulis. Teman berbagi makanan, keluh kesah, dan canda tawa. Terima kasih banyak Roro! Semoga Roro selalu dilancarkan segala urusannya. Terima kasih pula kepada Giva Maraga, sahabat dari kelas 1 SMP, teman yang selalu les bareng (LIA, Elfas, CG, Bowling, *apa lagi ya?*) dan sudah penulis anggap seperti keluarga sendiri. Terima kasih Ceu Giva telah menyempatkan datang ke UNPAR saat penulis sidang. *See you on top*, Ro, Ceu!

Last but not least, terima kasih kepada Mohammad Mulqi Ali Hanafi selaku *partner* penulis sejak kelas 11 akhir. Terima kasih atas segala dukungan, doa,

dan perhatian yang telah diberikan. Terima kasih telah menjadi *partner* yang baik, yang telah mengajarkan berbagai hal; termasuk pelajaran tentang kehidupan yang sangat berharga. Terima kasih telah menjadi orang yang sabar dalam menghadapi keluh kesah. Terima kasih pula kepada orang tua dan adik-adik Mulqi atas dukungan dan doanya. Semangat kuliah dan karirnya! Semoga selalu dilindungi Allah, semua urusannya dilancarkan, dan apa yang dicita-citakan Mulqi bisa tercapai. Sukses selalu, Mul!

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| Abstrak..... | i |
| <i>Abstract</i> | ii |
| Kata Pengantar..... | iii |
| Ucapan Terima Kasih..... | iv |
| Daftar Isi..... | vii |
| Daftar Gambar..... | x |
| Daftar Singkatan..... | xi |
| BAB I Pendahuluan..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 8 |
| 1.2.1 Pembatasan Masalah..... | 12 |
| 1.2.2 Perumusan Masalah..... | 13 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 14 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian..... | 15 |
| 1.4 Kajian Literatur..... | 15 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran..... | 21 |
| 1.6 Metode dan Teknik Pengumpulan Data..... | 31 |
| 1.6.1 Metode Penelitian..... | 31 |
| 1.6.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 32 |
| BAB II Hubungan Bilateral Indonesia Inggris..... | 34 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1 Sejarah Hubungan Bilateral Indonesia – Inggris..... | 34 |
| 2.2 Kepentingan Masing-Masing Negara dalam Hubungan Bilateral Indonesia – Inggris..... | 41 |
| 2.3 Diplomasi Indonesia – Inggris yang Dilakukan Oleh Pemerintah..... | 44 |
| 2.3.1 Bidang Politik..... | 44 |
| 2.3.2 Bidang Ekonomi..... | 45 |
| 2.3.3 Bidang Sosial Budaya..... | 46 |
| 2.3.4 Bidang Pendidikan..... | 47 |
| 2.3.5 Bidang Pertahanan dan Keamanan..... | 47 |
| 2.4 Diplomasi Indonesia – Inggris yang Dilakukan Oleh Non-Pemerintah..... | 48 |
| 2.4.1 Mengadakan Festival Seni Budaya..... | 49 |
| 2.4.2 Media Massa Sebagai Alat Komunikasi..... | 50 |
| BAB III Gastrodiplomasi Indonesia Terhadap Inggris Tahun 2012-2017..... | 51 |
| 3.1 Pentingnya Gastrodiplomasi terhadap Hubungan Indonesia-Inggris..... | 52 |
| 3.2 Upaya – Upaya Gastrodiplomasi Indonesia..... | 54 |
| 3.2.1 Penyelenggaraan Festival Kuliner Indonesia di Inggris..... | 55 |
| 3.2.1.1 Acara “Indonesia Kontemporer (IKON)”..... | 56 |
| 3.2.1.2 Acara “Hello Indonesia”..... | 57 |
| 3.2.1.3 Acara “IndoTaste”..... | 58 |
| 3.2.1.4 Program “ <i>Indonesian Food Festival (IFF)</i> ”..... | 60 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.1.5 Program “Foodnesia” | 61 |
| 3.2.1.6 Peringatan Hari-Hari Besar Indonesia di KBRI London.... | 62 |
| 3.2.1.7 Acara “ <i>Indonesian Food and Culture Festival</i> ” | 62 |
| 3.2.2 Pembukaan Restoran / Rumah Makan Khas Indonesia di Inggris... | 63 |
| 3.2.3 Pelaksanaan Diplomasi Rendang..... | 65 |
| 3.3 Tantangan Indonesia dalam Melaksanakan Gastrodiplomasi..... | 67 |
| 3.4 Hasil Gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris..... | 70 |
| BAB IV Kesimpulan..... | 72 |
| Daftar Pustaka..... | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.2.1 Poster Festival IKON 2017..... | 55 |
| Gambar 3.2.1.2 Suasana di festival” Hello Indonesia” 2017..... | 57 |
| Gambar 3.2.1.3 Suasana di “IndoTaste” 2016..... | 58 |
| Gambar 3.2.1.4 Poster IFF 2015..... | 59 |
| Gambar 3.2.1.5 Poster Foodnesia 2017..... | 60 |
| Gambar 3.4 Promosi Acara “IKON 2017” di <i>Fanpage Facebook</i> | 70 |

DAFTAR SINGKATAN

| | |
|--------|---|
| ASEAN | <i>Association of South East Asian Nation</i> |
| BBC | <i>British Broadcasting Corporation</i> |
| Brexit | <i>British Exit</i> |
| CNN | <i>Cable News Network</i> |
| G to G | <i>Government to Government</i> |
| ID | Indonesia |
| IFF | <i>Indonesian Food Festival</i> |
| IKON | Indonesia Kontemporer |
| IMO | <i>International Maritime Organization</i> |
| IT | Informasi dan Teknologi |
| JWG | <i>Joint Working Group</i> |
| KBRI | Kedutaan Besar Republik Indonesia |
| KJRI | Konsulat Jenderal Republik Indonesia |
| LSM | Lembaga Swadaya Masyarakat |
| MoU | <i>Memorandum of Understanding</i> |

| | |
|--------|--|
| NGO | <i>Non - Government Organization</i> |
| P to P | <i>People to People</i> |
| PM | Perdana Menteri |
| PPI | Persatuan Pelajar Indonesia |
| PPI-GM | Persatuan Pelajar Indonesia – Greater Manchester |
| PT | Perseroan Terbatas |
| RI | Republik Indonesia |
| SOAS | <i>School of Oriental and African Studies</i> |
| UK | <i>United Kingdom</i> |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hubungan diplomasi umumnya diwarnai dengan proses yang berkaitan dengan *high issues* yang dibicarakan secara formal. Pada pelaksanaan diplomasi konvensional, proses tersebut dilakukan dengan tata cara tertentu yang melibatkan pejabat – pejabat negara sebagai perwakilan resmi negara dalam suatu kesempatan bilateral maupun multilateral. Kegiatan diplomasi biasanya membahas mengenai isu – isu *high politics* seperti isu politik, militer, dan keamanan maupun kerja sama pembangunan.

Suatu negara saat ini tidak dapat berdiri sendiri untuk memenuhi semua kebutuhan strategis negara mereka. Dunia internasional sudah menjadi komunitas bersama yang saling membutuhkan satu sama lain. Ibarat sebuah desa besar, hubungan antara negara ataupun hubungan kerja sama internasional merupakan hubungan saling membutuhkan dan saling tergantung. Sehingga kerja sama pembangunan ataupun hubungan internasional menjadi penting untuk dijaga dan terus menerus dikembangkan. Hampir tidak ada negara di muka bumi ini yang berhasil mengisolir diri dengan tidak membangun relasi dengan satupun negara sahabat. Pasang surut dan dinamika hubungan internasional tersebut dapat membawa dampak terhadap percepatan pencapaian tujuan bernegara dan sebaliknya. Perang,

persaingan maupun kerja sama antar negara merupakan keniscayaan dan dinamika yang harus terus menerus ditata dalam relasi hubungan internasional. Dimensi kepentingan negara yang menjadi tumpuan, mengapa kerja sama internasional harus dan perlu digalang. Penguasaan pasar, pemenuhan kebutuhan energi dan sumberdaya baik berupa sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia, penguasaan pangan, mineral maupun perlombaan persenjataan umumnya merupakan variabel penting dalam membangun relasi internasional. Hubungan internasional tidak hanya menyangkut aspek *high politics* dan *low politics*¹ saja yang seringkali dijalankan dengan kerangka kerja sama formal dan berdurasi tertentu. Berkat kemajuan komunikasi, IT maupun teknologi, hubungan internasional yang bersifat langsung, *interpersonal* dan kapan saja, mudah dilakukan, khususnya dalam pertukaran informasi, perdagangan, perjalanan antar warga maupun percakapan-percakapan langsung sehingga dunia internasional sudah berubah menjadi *global village*.² Diplomasi merupakan sebuah upaya dari satu negara ke negara lain untuk melakukan negosiasi melalui dialog untuk mencapai kepentingan negara masing – masing dengan mengacu pada peraturan dan tata cara tertentu.³

¹ Dimensi *high politics* umumnya melingkupi kerjasama internasional tentang keamanan dan gangguan keamanan yang utama sedangkan dimensi *low politics* umumnya melingkupi kerjasama tentang HAM, lingkungan hidup, kebudayaan, ekonomi dan sosial. Saat ini hubungan internasional tidak hanya saja mencakup hubungan *G to G* dan *B to B* saja, tetapi juga hubungan *P to P*, (lihat Kegley dan Wittkopf, 1997). Lebih luas dari hubungan tersebut saat ini arus migrasi manusia terutama sebagai tenaga kerja sudah menjadi trend baru dalam dinamika hubungan internasional.

² Lihat Marshall McLuhan, *Understanding Media*, 1964. McLuhan adalah orang pertama yang mempopulerkan istilah *global village* pada awal 60-an dengan membayangkan integrasi internasional akibat adanya revolusi elektronik khususnya dibidang komunikasi dan media.

³Chas W. Freeman dan Sally Marks, "Diplomacy," *Britannica*, diakses pada 20 Agustus 2017, <https://www.britannica.com/topic/diplomacy>.

Saat ini, aktivitas diplomasi tidak hanya membahas masalah politik saja, tetapi juga bisa menyangkut masalah lingkungan, ekonomi, sosial, budaya, pariwisata, dan sebagainya. Diplomasi tidak hanya bisa dilakukan secara formal oleh antar pemerintah atau perwakilan resmi negara saja, tetapi juga bisa dilakukan secara informal oleh aktor non – pemerintah negara lainnya seperti organisasi nirlaba atau LSM, komunitas, maupun individu atau masyarakat suatu negara.⁴

Salah satu bagian dari *soft power diplomacy* adalah diplomasi publik yang bersifat informal dan dapat dilakukan oleh aktor-aktor non - pemerintah yang ikut berperan aktif dalam pelaksanaan diplomasi untuk mencapai tujuan utama, khususnya untuk menimbulkan citra yang positif atas suatu negara demi menciptakan interaksi yang baik yang terjalin antar kedua negara.⁵ Kegiatan diplomasi publik juga dapat dikatakan sebagai proyeksi nasional atau sebagai alat yang menyambungkan komunikasi kepada pihak asing agar pihak asing tertarik untuk datang ke negara kita, berinvestasi di negara kita, mendukung kebijakan – kebijakan yang telah dibuat; khususnya dalam sebuah forum atau diskusi, dan tertarik untuk membeli maupun menggunakan barang dan/atau jasa yang berasal dari negara kita.⁶

⁴Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations", (*Palgrave Macmillan*), diakses pada 20 Agustus 2017, http://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft_power/The_New_Public_Diplomacy.pdf.

⁵Robin Brown, "The Four Paradigms of Public Diplomacy: Building a Framework for Comparative Government External Communications Research", (San Diego: Institute of Communication Studies University of Leeds, April 2012).

⁶ *ibid*

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk melaksanakan diplomasi publik di suatu negara tujuan, yaitu dapat berupa mengenalkan kebudayaan⁷ suatu negara melalui media sosial, mempromosikan pariwisata, pertukaran pelajar, festival kebudayaan, hingga melalui kuliner. Diplomasi yang dilakukan dengan menggunakan kuliner sebagai alat komunikasi bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat internasional. Kuliner khas suatu negara dapat menjelaskan bagaimana citra suatu negara di mata masyarakat internasional dan menjadi media promosi suatu negara terhadap negara lain.

Makanan yang merupakan bagian dari kebudayaan suatu negara yang merupakan salah satu bentuk *soft power* yang digunakan negara – negara untuk melakukan gastrodiplomasi, khususnya oleh negara – negara *middle power*. Konsep *Soft Power* dikemukakan oleh seorang ilmuwan, yaitu Joseph Nye, yang menyebutkan bahwa *soft power* merupakan kemampuan untuk memengaruhi maupun mengajak pihak lain tanpa harus melakukan koersi untuk mendapatkan hasil akhir sesuai yang diinginkan.⁸ Indonesia sebagai salah satu negara *middle power* juga menggunakan konsep *soft power* dalam upaya meningkatkan citra positif serta untuk meningkatkan perekonomian dalam negeri dan mempromosikan pariwisatanya

⁷ Menurut Robert H. Lowie, budaya merupakan segala sesuatu yang diperoleh individu dari masyarakatnya yang diperoleh melalui warisan masa lampau yang dipelajari secara formal maupun informal, yaitu yang mencakup kepercayaan, adat istiadat, norma, kebiasaan makan, dan keahlian - keahlian lain.

⁸Judit Trunkos, “What is Soft Power Capability and How Does It Impact Foreign Policy?,” *Cultural Diplomacy*, PhD Student – Prospectus Proposal, diakses pada 6 Januari 2013, <http://culturaldiplomacy.org/academy/content/participant-papers/2013-acdusa/What-Is-Soft-Power-Capability-And-How-Does-It-Impact-Foreign-Policy--Judit-Trunkos.pdf>.

dengan melakukan gastrodiplomasi, contoh cara yang paling mudah untuk melakukan gastrodiplomasi yaitu dengan membuka gerai – gerai makanan atau restoran yang menyajikan makanan khas suatu negara di negara lain melakukan festival makanan, serta melakukan kegiatan ekonomi berupa ekspor makanan khas atau makanan unggulan dari dalam ke luar negeri.

Sebagai contoh, seperti yang dapat dijumpai pada kehidupan sehari - hari, di Indonesia mulai banyak restoran – restoran yang menyajikan makanan khas dari negara asing; seperti Jepang, Korea, Thailand, Meksiko, Italia, Perancis, Tiongkok, dan lain sebagainya. Restoran – restoran tersebut biasanya tidak hanya menyajikan makanan khas dari negara tertentu saja, tetapi juga dilengkapi dengan nuansa – nuansa yang menggambarkan daerah asal negara tersebut. Para pengunjung juga mendapatkan wawasan baru atas budaya suatu negara melalui restoran khas suatu negara. Dengan dibukanya berbagai restoran khas dari berbagai negara di suatu wilayah akan memudahkan suatu negara dalam menjalankan diplomasi publik, khususnya untuk memperkenalkan kebudayaan negara asing di negara penerima serta untuk membangun dan membentuk citra positif yang menunjukkan adanya hubungan persahabatan antara kedua negara. Namun sayangnya, restoran khas Indonesia belum banyak dijumpai di luar negeri, terutama di benua biru seperti di Inggris. Padahal, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan eksistensi dan membentuk citra positif di kancah internasional melalui kuliner khasnya.

Salah satu negara barat yang memiliki hubungan cukup baik dengan Indonesia adalah Inggris. Hubungan bilateral kedua negara ini menjadi kuat dengan posisi Indonesia yang telah menunjukkan berbagai pencapaian di dunia internasional. Indonesia dinilai oleh pemerintah Inggris sebagai salah satu kekuatan yang berpengaruh cukup besar di kawasan, memiliki kesamaan nilai, dan prioritas kerjasama internasional yang sejalan dengan Inggris di berbagai bidang. Kedua negara memiliki fondasi politik yang kuat dalam membina kerja sama, sehingga sebagai sesama negara demokrasi pemerintah Inggris mendukung integritas dan kedaulatan Indonesia, termasuk aspek diplomasi publik.⁹

Terdapat beberapa bentuk diplomasi publik yang telah dijalankan oleh Indonesia dengan Inggris, salah satunya adalah dengan menggunakan makanan sebagai instrumen untuk berdiplomasi. Cara yang digunakan untuk melakukan diplomasi ini pun beragam; mulai dari yang dilakukan secara formal di meja makan melalui jamuan – jamuan kenegaraan, pembukaan restoran khas nusantara, hingga festival kuliner khas nusantara yang digelar di Inggris. Pembukaan restoran khas nusantara dan acara atau festival kuliner tersebut merupakan contoh dari upaya gastrodipomasi, yakni merupakan bentuk diplomasi publik yang dilakukan oleh suatu negara ke negara lainnya dengan menggunakan makanan sebagai sebuah

⁹Adirini Pujiyanti, “Kepentingan Nasional dan Hubungan Bilateral Indonesia Inggris,” *Info Singkat Hubungan Internasional*, IV, no. 21 (November 2012): 7.

strategi untuk memperkenalkan atau mempromosikan negaranya agar hubungan diplomatik antar kedua negara terjalin lebih erat.¹⁰

Gastrodiplomasi juga digunakan sebagai jalan pembuka bagi hubungan antar kedua negara untuk melanjutkan diskusi dengan pembahasan yang lebih mendalam maupun mempererat hubungan bilateral. Melalui gastrodiplomasi, negara akan lebih mudah untuk mendongkrak eksistensi mereka atau sebagai upaya *nation branding* di kancah global serta untuk meningkatkan perekonomian negara tersebut.¹¹ Melalui gastrodiplomasi, banyak aktivitas dan hubungan kebudayaan lanjutan dapat dikembangkan kemudian. Bahkan, saling kunjung antar warga dan lebih lanjut pertukaran budaya sangat dimungkinkan terjadi setelah pintu diplomasi melalui “perut dan kuliner” ini di buka.

Beberapa makanan khas Indonesia yang telah dikenal luas oleh masyarakat dunia diantaranya yaitu rendang yang berasal dari daerah Minang, tempe, nasi goreng, sate, bakso, dan lain sebagainya.¹² Tiga dari makanan yang sudah disebutkan, yaitu rendang, nasi goreng, dan sate bahkan sudah masuk ke dalam daftar 50 makanan paling enak di dunia versi CNN Travel dan disebutkan bahwa rendang menempati urutan pertama, nasi goreng menempati urutan kedua, dan sate menempati

¹⁰Rachel Winston, “Cocina Perua na Para El Mundo: Gastrodiplomacy, the Culinary Nation Brand, and the Context of National Cuisine in Peru,” *Surface, Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2, no. 1 (2013): 3.

¹¹Paul S. Rockower, “Recipes for Gastrodiplomacy,” *Macmillan Publisher Ltd.*, Place Branding and Public Diplomacy, 2012, diakses pada 20 Agustus 2017, http://publicdiplomacymagazine.com/wp-content/uploads/2013/07/pb201217_AOP-1-copy.pdf.

¹²Lusiana Mustinda, “Ini 3 Makanan Indonesia yang Masuk Daftar Makanan Terenak di Dunia!,” *detikfood*, diakses pada 22 Agustus 2017, <https://food.detik.com/berita-boga/d-3560069/ini-3-makanan-indonesia-yang-masuk-daftar-makanan-terenak-di-dunia>.

urutan ke - 14 dalam daftar tersebut.¹³ Fenomena ini dapat digunakan sebagai salah satu contoh gastrodiplomasi yang dijalankan oleh Indonesia kepada negara – negara lainnya untuk meningkatkan citra positif serta bentuk promosi di negara – negara asing mengingat Indonesia sebagai negara *middle power* lebih dapat memanfaatkan *soft power diplomacy* karena dinilai lebih baik dibandingkan dengan penggunaan *hard power*. Mengembangkan jalur diplomasi dengan pendekatan ini hampir dapat dikatakan rendah resiko dan konsekwensi konfliknya. Bahkan, keterlibat lebih luas dari masyarakat menjadi lebih terbuka, termasuk didalamnya memungkinkan terjadinya pembauran budaya melalui perkawinan.¹⁴ Dengan penjelasan di atas, penulis sangat tertarik untuk menelusuri lebih jauh melalui skripsi ini dengan mengangkat fenomena gastrodiplomasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Hubungan Indonesia dengan Inggris merupakan hubungan yang sudah terjalin cukup harmonis sejak Desember 1949 hingga saat ini, di mana sejak saat itu hubungan diplomatik kedua negara diresmikan yang ditandai dengan adanya Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) London yang merangkap Irlandia dan

¹³Tim Cheung, “Your Pick: World’s 50 Best Foods,” *CNN*, diakses pada 22 Agustus 2017, <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-foods-readers-choice/index.html>.

¹⁴ Lihat peristiwa terjadinya perkawinan antar negara yang diawali dengan adanya festival makanan yang pernah dilakukan oleh kelompok pelajar Indonesia (PPI, Persatuan Pelajar Indonesia) di Helsinki, Finlandia. Pada tahun 2014 pasca penyelesaian konflik GAM (Gerakan Aceh Merdeka), dikenal dengan perjanjian Helsinki, PPI di Helsinki sangat aktif menjalankan kegiatan sosial untuk mengenalkan budaya Indonesia. Dari proses tersebut kemudian, terjadilah perkenalan dan kemudian berlanjut kejenjang pernikahan antar bangsa, seorang gadis Findlandia yang jatuh cinta dengan makanan Indonesia dan pemudanya, seorang mahasiswa yang sedang belajar di University of Helsinki. Mereka sekarang sudah dikarunia anak dimana mereka bekerja di salah satu organisasi LSM dunia Oxfarm (dokumen wawancara pribadi).

International Maritime Organization (IMO) serta Kedutaan Inggris di Jakarta yang merangkap Timor Leste dan ASEAN.¹⁵ Kedua negara ini juga telah melakukan berbagai kerja sama bilateral dalam berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, pertahanan dan keamanan, serta sosial budaya. Hubungan bilateral pada bidang – bidang tersebut masih dilakukan secara formal pada level pemerintahan.

Hubungan bilateral dapat pula dilakukan pada level akar rumput masyarakat dalam berbagai bidang, khususnya kebudayaan yang mencakup kesenian tradisional serta masakan khas negara. Inggris sebagai salah satu negara sahabat Indonesia juga harus semakin mempererat hubungan kedua negara pada level akar rumput masyarakat agar saling mengenal budaya dan ciri khas masing – masing negara lebih dalam. Salah satunya dengan memperkenalkan kuliner khas nusantara kepada masyarakat Inggris.

Dalam lingkup hubungan internasional, makanan telah menjadi sarana mempromosikan kesan positif tuan rumah dengan membawa orang – orang duduk di meja makan.¹⁶ Makanan khas dari suatu wilayah dapat menjadi identitas negara untuk dijadikan sebagai alat berdiplomasi yang baru, yaitu gastrodiplomasi.¹⁷ Gastrodiplomasi merupakan bagian dari diplomasi publik yang menggunakan makanan nasional atau makanan khas sebagai instrumen untuk melakukan diplomasi

¹⁵“Bilateral Relationship,” KBRI London, diakses pada 5 September 2017, <https://www.kemlu.go.id/london/lc/Pages/Inggris.aspx>.

¹⁶Johanna Mendelson Forman, “Foreign Policy in the Kitchen,” *E - International Relations Students*, diakses pada 5 September 2017, <http://www.e-ir.info/2016/10/05/foreign-policy-in-the-kitchen/>.

¹⁷Valerie Gecowets, “Culinary Diplomacy vs Gastrodiplomacy,” *Conflict Cuisine*, diakses pada 5 September 2017, <http://conflictcuisine.com/culinary-diplomacy-vs-gastrodiplomacy>.

dengan negara lain.¹⁸ Penggunaan istilah gastrodiplomasi berasal dari dua kata, yaitu gastronomi dan diplomasi. Gastronomi memiliki arti sebagai ilmu yang mempelajari antara makanan dan kultur.¹⁹ Sehingga istilah gastrodiplomasi dirasa cukup mewakili tujuan dari diplomasi dan lebih fokus kepada diplomasi yang langsung berkenaan dengan masyarakat dibandingkan dengan istilah diplomasi kuliner yang dijalankan secara lebih formal.²⁰

Beberapa negara juga telah berhasil melakukan gastrodiplomasi untuk meningkatkan citra positif, *nation branding*, dan mempromosikan negaranya. Contoh negara – negara di Asia yang telah berhasil melakukan gastrodiplomasi adalah Thailand dengan program *Global Thai* yang digagas tahun 2002, Malaysia dengan program *Kitchen for The World* yang diluncurkan tahun 2010, Korea Selatan dengan program *Global Hansik*, dan Jepang dengan program *Shoku – Bunka Kenkyū Suishin Kondankai* yang digagas pada tahun 2005.²¹ Upaya negara – negara tersebut ternyata berhasil memperkenalkan makanan khas mereka dan mempromosikan identitas serta budaya yang dimiliki negaranya ke panggung internasional. Hal tersebut dibuktikan dengan terus bertumbuhnya restoran – restoran khas negara tersebut di seluruh dunia serta meningkatnya jumlah wisatawan asing di negara – negara tersebut untuk

¹⁸ *ibid*

¹⁹“The Principle of Gastronomy,” UK Essays, diakses pada 5 September 2017, <http://ukessays.com/essays/cultural-studies/the-principle-of-gastronomy-cultural-studies-essay.php>.

²⁰Gecowets, “Culinary Diplomacy vs Gastrodiplomacy,” *Loc. cit*

²¹ Fadhli Rahman, “Apa Itu Gastro Diplomasi?,” *Geotimes*, diakses pada 11 Februari 2018, <https://geotimes.co.id/opini/apa-itu-gastro-diplomasi/>.

menyicipi kuliner khas negara – negara tersebut secara langsung.²² Melalui gastrodiplomasi, Thailand juga berhasil mengubah citra negaranya dari negara yang terkenal dengan wisata seks menjadi negara yang terkenal dengan wisata kuliner yang lezat. Selain itu, gastrodiplomasi juga menjadi jalan pembuka untuk memperdalam hubungan yang telah dijalin dengan negara lain.²³ Pemerintah Indonesia mulai melirik dan mewacanakan gastrodiplomasi pada akhir tahun 2011 sebagai upaya memperkuat diplomasinya.

Keanekaragaman kuliner yang merupakan bagian dari budaya yang dimiliki Indonesia dapat digunakan pemerintah untuk membentuk citra positif dan mempromosikan Indonesia di luar negeri, khususnya di Inggris. Hubungan bilateral kedua negara yang cukup harmonis dapat dijadikan momentum untuk mempererat hubungan keduanya, terlebih ketika keberadaan kuliner Indonesia di Inggris belum se-populer kuliner dari negara lain seperti India, Thailand, Tiongkok, dan Vietnam yang berkembang pesat dalam satu dekade terakhir.²⁴ Padahal, Indonesia memiliki berbagai masakan khas yang lezat dari tiap – tiap daerahnya yang merupakan bentuk suatu kultur yang memiliki warisan tradisi tersendiri.

²² ibid

²³“Food as Ambassadors: Thailand’s Gastro-diplomacy”, *The Economist*, diakses pada 11 Februari 2018, <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy>.

²⁴Fahmy Fotaleno, “Festival IKON 2017, Kuliner Indonesia akan Dibahas Posisi dan Keberaannya di London,” *Okezone*, diakses pada 5 September 2017, <https://news.okezone.com/read/2017/10/06/337/1790375/festival-ikon-2017-kuliner-indonesia-akan-dibahas-posisi-dan-keberadaanya-di-london>.

Sebagai salah satu makanan khas yang memiliki cita rasa yang unik dari rempah – rempah Indonesia, rendang memiliki tempat tersendiri di lidah para penikmat kuliner khususnya pecinta masakan Indonesia. Kuliner ini pelan – pelan mulai lebih dikenalkan kepada masyarakat dunia melalui berbagai festival kuliner yang diselenggarakan oleh berbagai pihak (komunitas maupun kementerian negara lain) dan kerja sama dengan kementerian serta KBRI yang berada di wilayah masing – masing,²⁵ Dengan melihat peluang – peluang yang ada, Indonesia dapat mengencangkan pelaksanaan gastrodiplomasi dari kuliner – kuliner nusantara untuk menjalin kerja sama antara Indonesia dengan Inggris, khususnya dalam aspek kebudayaan. Selain itu, dengan adanya gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris, juga memungkinkan akan menarik wisatawan Inggris berkunjung ke Indonesia sehingga dapat meningkatkan sektor pariwisata dalam negeri dan mempermudah negara mencapai kepentingan nasional.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian – uraian di atas, penelitian ini akan memfokuskan pada upaya – upaya gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris dalam memperkenalkan budaya Indonesia dan mempromosikan Indonesia. Penelitian ini dibatasi oleh periode tahun 2012 – 2017, dimana pada akhir tahun 2011, CNN mengumumkan beberapa makanan khas Indonesia, yaitu rendang, nasi goreng, dan

²⁵“Indonesia Akan Lancarkan Diplomasi Rendang,” *Berita Satu*, diakses pada 5 September 2017, <http://www.beritasatu.com/food-travel/53349-indonesia-akan-lancarkan-diplomasi-rendang.html>.

sate masuk ke dalam daftar 50 makanan paling enak di dunia. Pemerintah mengeluarkan wacana untuk melakukan diplomasi rendang. Sedangkan 2017 menjadi batas akhir dari penelitian mengenai gastrodiplomasi Indonesia ke Inggris, karena pada jangka waktu tersebut acara – acara kuliner khas nusantara sedang banyak dilakukan di Inggris. Secara subjektif, penulis sangat tertarik untuk meneliti Inggris karena belum ada penelitian serupa yang meneliti tentang gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris. Sedangkan secara objektif, hubungan bilateral Indonesia-Inggris yang stabil menjadi alasan sangat logis untuk mengembangkan hubungan antar masyarakatnya. Inggris juga menjadi penyumbang terbesar wisatawan Eropa ke Indonesia.²⁶ Sangat menarik untuk meneruskan penelitian sejenis, setelah penelitian ini di laporkan, untuk melihat dimensi ikutan lainnya yang turut berkembang akibat dari rangkaian kegiatan gastrodiplomasi dijalankan sepanjang 5 tahun tersebut.

1.2.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “**Bagaimana upaya – upaya gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris untuk mendukung diplomasi publik?**” Perumusan masalah ini sekaligus menjadi pertanyaan penelitian yang memandu mengarahkan untuk menemukan bukti dan informasi sejelas dan selengkap mungkin sehingga dapat dipahami menjadi salah satu alur bagi bangunan diplomasi negara yang menguntungkan.

²⁶ “Turis Inggris Jadi yang Terbanyak Berkunjung ke Indonesia”, *Berita Satu*”, diakses pada 5 Agustus 2018, <http://www.beritasatu.com/destinasi/219502-turis-inggris-jadi-yang-terbanyak-berkunjung-ke-indonesia.html>.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan upaya – upaya diplomasi Indonesia terhadap Inggris melalui gastrodiplomasi, dalam hal ini adalah kuliner khas dari berbagai wilayah di Indonesia yang telah mendunia. Penelitian ini juga berupaya mengundang perdebatan bahwa variasi diplomasi yang bersifat *soft* dengan peluang untuk mengikutsertakan sebanyak mungkin kalangan, terutama dari kalangan akar rumput makin terbuka. Hubungan diplomatik yang sangat rendah resiko kerugian ini, telah memantik satu cara yang cerdas untuk dapat mengaktifkan perekonomian warga, membangun relasi sosial antar warga (*p to p*) semakin luas dan sekaligus mempromosikan pilar kerjasama lain seperti pilar budaya untuk saling memperkaya dalam hubungan diplomasi. Selain itu, dalam kerangka Ilmu Hubungan Internasional, perdebatan ilmiah tentang dinamika hubungan internasional sangat diwarnai dengan diskursus keamanan, pengendalian nuklir dan kekuatan angkatan bersenjata, penguasaan sumberdaya alam dan neraca perdagangan yang sangat menyangkut relasi kekuasaan secara langsung. Sementara alur diplomasi lain yang menyuguhkan dimensi ‘rasa’ melalui makanan misalnya masih sangat tertinggal dan belum banyak digali. Sehingga penelitian diharapkan dapat menyumbangkan sebagai pematik pencarian yang lebih jauh yang dapat membangkitkan kembali relasi antar warga menjadi warga dunia yang cinta damai.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta pemahaman lebih kepada penulis mengenai jenis, jangkuan dan strategi program yang menyangkut gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang memiliki pembahasan atau topik yang selaras dengan penelitian ini dengan harapan agar dapat dicari “jalan baru” yang lebih damai, partisipatoris dan meningkatkan peradaban dalam hubungan diplomatik di masa mendatang.

1.4 Kajian Literatur

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan beberapa sumber sebagai acuan dalam menganalisis gastodiplomasi Indonesia. Penulis telah menemukan beberapa data yang dapat penulis jadikan kajian studi literatur. Artikel pertama yang berjudul “*Recipes for Gastrodiplomacy*” yang ditulis oleh Paul S. Rockower (2012) menjelaskan tentang bagaimana sebuah negara melakukan diplomasi publik dengan cara yang baru dan lebih informal melalui makanan. Hal tersebut juga diberlakukan dengan tujuan mempromosikan makanan – makanan khas suatu negara kepada negara lain untuk meningkatkan citra sekaligus untuk *nation branding* negara tersebut.²⁷ Cara ini merupakan pendekatan baru dalam dunia

²⁷ Rockower, “Recipes for Gastrodiplomacy.”, Loc. cit

diplomasi, meskipun sebenarnya cara-cara seperti ini telah dilakukan secara informal oleh para pendatang ataupun migran di suatu negara. Di Indonesia misalnya, imigran dari Tiongkok maupun Arab, mereka datang dan kemudian bermukim bahkan menjadi warga negara Indonesia, telah membawa serta sebagian dari nilai dan tata budaya asal mereka, khususnya makanan. Proses ini merupakan alkulturasi yang panjang dan membentuk budaya baru.²⁸

Gastrodiplomasi ini lebih banyak dilakukan oleh negara – negara *middle power* karena penggunaan *soft power* dirasa lebih efektif dan signifikan dalam meningkatkan citra pada panggung internasional. Selain itu, penggunaan gastrodiplomasi yang merupakan salah satu diplomasi publik ini dirasa lebih efektif karena langsung menyentuh ke lapisan masyarakat karena menggunakan pendekatan *people – to – people*. Dalam tulisannya, Rockower juga mengutip pernyataan dari Wilson (2011) yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang cukup emosional melalui sebuah makanan sehingga makanan dapat dijadikan ‘alat’ komunikasi yang bersifat universal. Hal tersebut menjadikan Rockower semakin yakin bahwa penggunaan gastrodiplomasi dapat memperkuat *nation brand* suatu negara serta dapat meningkatkan *soft power* negara yang melakukan gastrodiplomasi.²⁹ Bagi negara *middle power*, upaya gastrodiplomasi dijalankan untuk mengimbangi upaya diplomasi lain yang dilakukan agar dapat menghasilkan *output* yang optimal. Penulis

²⁸ Michael Barnett dan Kathryn Sikkink, “International Relations to Global Society” dalam John Baylis dan Steve Smith (eds.), *The Globalization of World Politics, Oxford University Press Vol. 2* (2008).

²⁹Rockower, “Recipes for Gastrodiplomacy”, Loc. cit

menggunakan artikel ini sebagai acuan penelitian karena artikel ini menjadi dasar pembahasan mengenai topik yang akan penulis angkat dalam penelitian ini.

Literatur yang kedua ditulis oleh Sarah Patrecia Sinulingga (2017) dengan judul “Diplomasi Kebudayaan Indonesia terhadap Amerika Serikat Melalui Kuliner (*Gastrodiplomacy*)”. Dalam jurnal ini, Sinulingga memaparkan tentang upaya – upaya pemerintah Indonesia dalam melakukan gastrodiplomasi terhadap Amerika Serikat sebagai negara adidaya. Selain itu, Sinulingga juga memaparkan tentang pengaruh Obama sebagai Mantan Presiden AS yang pernah menghabiskan masa kecilnya di Indonesia dan sangat menyenangi kuliner Indonesia, yaitu nasi goreng dan bakso, yang kemudian ia sebutkan dalam pidatonya ketika mengunjungi Indonesia. Hal tersebut seolah menjadi gerbang bagi Indonesia untuk menjadikan kuliner sebagai alat diplomasi karena dianggap mengenalkan kuliner Indonesia kepada masyarakat AS.³⁰ Penulis menggunakan artikel ini sebagai acuan penelitian karena artikel ini membahas bagaimana Indonesia melakukan gastrodiplomasi terhadap negara lain, sesuai dengan topik yang penulis angkat dalam penelitian. Berbeda dengan Sinulingga yang melakukan penelitian dari sisi diplomasi Indonesia terhadap AS, penulis akan melakukan penelitian dari sisi yang berbeda yaitu mengenai gastrodiplomasi yang dilakukan Indonesia terhadap Inggris.

³⁰Sarah Patrecia Sinulingga, “Diplomasi Kebudayaan Indonesia terhadap Amerika Serikat Melalui Kuliner (*Gastrodiplomacy*),” *JOM FISIP* 4, no. 2 (Oktober 2017): 2.

Literatur yang ketiga yaitu jurnal yang ditulis oleh Noor Nirwandy dan Ahmad Azran Awang (2014) dengan judul “*Conceptualizing Public Diplomacy Social Convention Culinary: Engaging Gastro Diplomacy Warfare for Economic Branding*”. Artikel ini menjelaskan tentang pendekatan gastrodiplomasi sebagai konsep dari diplomasi publik untuk melancarkan diplomasi budaya yang lebih luas.³¹ Gastrodiplomasi merupakan *platform* yang terus berkembang bagi negara – negara untuk menikmati reputasi global dari budaya kuliner yang unik, sekaligus membangun pembangunan ekonomi yang kuat melalui gastronomi dan pariwisata. Gastrodiplomasi juga dianggap dapat membangun citra negara, terutama negara – negara kecil dengan pengaruh internasional yang kurang dominan. Dalam artikel ini disebutkan bahwa makanan dapat dimanfaatkan sebagai lambang identitas nasional sehingga representasi tersebut terutama bertujuan untuk mencapai nilai ekonomi melalui pengakuan global. Praktik ini juga dimanfaatkan untuk memunculkan *nation-brand* untuk meningkatkan promosi di seluruh dunia.³² Pengenalan akan kuliner nasional di negara lain, merupakan pintu masuk untuk menjelaskan lebih lanjut dimensi budaya yang ada di balik produksi kuliner yang menyenangkan lidah, termasuk bumbu-bumbu yang menyertainya serta model produksi bumbu-bumbu tersebut dilakukan di dalam negeri. Jangan pernah lupa bahwa Indonesia atau Nusantara nama pada saat itu sangat terkenal sebagai penghasil rempah-rempah yang

³¹ Noor Nirwandy dan Ahmad Azran Awang, “Conceptualizing Public Diplomacy Social Convention Culinary: Engaging Gastro Diplomacy Warfare for Economic Branding,” *Elsevier - Procedia – Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 325–28.

³² *ibid*

merupakan bahan utama dari bumbu-bumbu. Karena rempah-rempah itulah, pada masa lalu Indonesia atau Nusantara pada abad 17 sampai abad 19 telah menjadi salah satu daerah jajahan bangsa Eropa seperti Spanyol, Portugis, Inggris dan Belanda, dimana rempah-rempah Nusantara diambil dan dibawa ke Eropa.³³

Literatur berikutnya merupakan karya dari Riski M. Baskoro (2017) dengan judul “Konseptualisasi dalam Gastro Diplomasi: Sebuah Diskusi Kontemporer dalam Hubungan Internasional”. Literatur ini menjelaskan tentang bagaimana makanan menjadi sebuah identitas bagi sebuah kelompok dan memiliki makna tersendiri bagi kelompok tersebut.³⁴ Pada tulisan ini, Baskoro lebih banyak membahas tentang konsep-konsep gastrodiplomasi dan menjelaskan tentang hubungannya dengan diplomasi publik. Baskoro juga menjelaskan bahwa tidak semua kegiatan yang menggunakan makanan dapat dikatakan sebagai gastrodiplomasi, tentu butuh peran pemerintah di dalamnya untuk memberikan akses lebih kepada aktor-aktor non-negara atas berbagai kegiatan yang dijalankan.³⁵ Hal tersebut kemudian menjadi acuan bagi penulis untuk menyeleksi kegiatan-kegiatan apa saja yang termasuk gastrodiplomasi serta melihat hubungan antara gastrodiplomasi dengan diplomasi publik.

³³ Joanna Hall Brierley, “Spices: the Story of Indonesia’s Spice Trade”, (Kuala Lumpur: Oxford University Press, 1994).

³⁴ Riski M. Baskoro, “Konseptualisasi dalam Gastro Diplomasi: Sebuah Diskusi Kontemporer dalam Hubungan Internasional”. *Jurnal Insignia* 4 no. 2, (2017): 35.

³⁵ *ibid*

Literatur selanjutnya yang penulis gunakan yaitu karya Juyang Zhang (2015) yang berjudul “*The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns*”. Artikel ini membahas tentang penggunaan makanan dalam diplomasi dari perspektif perencanaan komunikasi strategis. Pada artikel ini, Zhang menggunakan studi kasus gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Jepang, Malaysia, Peru, Korea Selatan, Taiwan, dan Thailand untuk melihat bagaimana kampanye gastrodiplomasi ini dapat menjadi sebuah taktik yang inovatif dalam mencapai tujuan nasional.³⁶ Hal ini merupakan langkah lanjut dari sebuah upaya *soft diplomacy* yakni gastrodiplomasi yang dapat meningkatkan pendapatan negara dan mengembangkan serta mengkaitkannya dengan dimensi perkembangan lainnya seperti komunikasi, pariwisata, transportasi dan pada akhirnya menjadi gerakan massal dalam kampanye perlindungan alam ataupun membangun *alternative tourism*.³⁷

Literatur yang terakhir yang akan penulis gunakan yaitu karya Charles Spence (2016) yang berjudul “*Gastrodiplomacy: Assessing the Role of Food in Decision-Making*”. Artikel ini membahas tentang berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan hubungan makanan dan proses pengambilan keputusan atau perilaku sosial. Selain itu, artikel ini juga akan menjawab apakah makanan dapat dijadikan sebagai alat persuasi politik atau tidak, apakah makanan memiliki peran

³⁶Juyang Zhang, “The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns,” *International Journal of Communication* 9 (2015): 1.

³⁷ Nancy Gard McGehee, “Alternative Tourism and Social Movements”. *Annals of Tourism Research*. 29 no. 1 (2002): 126.

tersendiri dalam hubungan antar perorangan atau tidak, dan pertanyaan – pertanyaan lain yang terkait dengan gastrodiplomasi dan hubungan sosial lainnya.³⁸ Proses pengambilan keputusan publik merupakan kerangka membangun demokrasi secara luas yang melibatkan proses-proses pengambilan keputusan harian atau *daily democracy*. Hal ini sangat penting dan menarik, bagaimana gastrodiplomasi kemudian dapat berkembang dalam proses-proses pengambilan keputusan harian, terutama yang menyangkut alokasi sumberdaya lokal dan bisnis yang dapat makin mengarah pada upaya membangun kerangka demokrasi yang lebih luas.³⁹

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam upaya memahami bagaimana gastrodiplomasi dalam hubungan Indonesia dan Inggris, fokus pertama diletakan pada interaksi antar aktor pada awalnya dilakukan oleh antar aktor negara. Dimulai dengan aktor atau agensi negara kemudian diteruskan dan kembangkan menjadi *p to p* dalam suasana yang sangat bersahabat. Hal ini agak sedikit berbeda dengan diplomasi konvensional dimana agensi resmi negara yang berdaulat saja dengan membahas isu – isu *high politics* seperti isu perang dan perdamaian (*war and peace*) yang merupakan bagian dari isu keamanan negara. Namun seiring dengan perkembangan zaman, sejak akhir abad ke-19 perkembangan hubungan internasional perlahan lahan mulai memfokuskan pada isu – isu *low politics*; mulai dari isu kemiskinan, isu ekonomi, serta mulai membuka

³⁸Charles Spence, “Gastrodiplomacy: Assessing the Role of Food in Decision-Making,” *Flavour* 5 (2016): 4.

³⁹ Eric P. Bucy dan Kimberly S. Gregson, “A Legitimizing Mechanism of Mass Democracy”, *New Media and Society* 3 no. 3 (2001): 360.

kerja sama internasional dengan membuka kesempatan bagi aktor – aktor non negara untuk turut serta dalam hubungan internasional.⁴⁰ Dewasa ini, isu – isu *low politics* dalam hubungan internasional pun sudah semakin meluas dengan adanya pembahasan seperti perdagangan antar negara, promosi, pariwisata, lingkungan, budaya, serta isu – isu kerja sama lainnya yang melibatkan dua negara atau lebih.

Diplomasi merupakan sebuah upaya dari satu negara ke negara lain untuk melakukan negosiasi melalui dialog untuk mencapai kepentingan negara masing – masing.⁴¹ Menurut R.P. Barston, diplomasi merupakan segala hal yang menyangkut hubungan antar negara maupun hubungan negara dengan aktor – aktor non negara lainnya.⁴² Diplomasi *soft power* di atas semakin memperkuat signifikansi *new diplomacy* atau *neo diplomacy*. Inklusivitas aktor dalam proses diplomasi model ini sangat diperlukan. Diplomasi bukan hanya dilakukan oleh elit dan wakil negara saja. Diplomasi yang berhasil harus mengikut sertakan publik atau *stake holder* non - pemerintah secara aktif seperti para migran yang telah bermukim di negara yang ditinggali, penerima beasiswa, pelajar dan perguruan tinggi secara signifikan, sementrara fokus diplomasi lebih terkait dengan kebutuhan masyarakat dan non politik.⁴³ Diplomasi karenanya kemudian harus berubah untuk dapat merespon aktor non pemerintah dan pengembangan sumber daya manusia menjadi isu utama dalam

⁴⁰Bob Sugeng Hadiwinata, "Transformasi Isu dan Aktor di dalam Studi Hubungan Internasional: Dari Realisme hingga Konstruktivisme", *Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional: Aktor, Isu, dan Metodologi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002): 2.

⁴¹Freeman dan Marks, "Diplomacy.", Loc. cit

⁴² Sukawarsini Djelantik, "Diplomasi antara Teori dan Praktik", (Yogyakarta: Graha ilmu), 2008: 4.

⁴³ ibid

hubungan gastrodiplomasi antara Indonesia dan Inggris. Dalam diplomasi *soft power* tercapainya “kepentingan dan keuntungan bersama” antar pelaku adalah suatu keharusan.

Berbagai bentuk kerja sama yang dilakukan oleh aktor – aktor hubungan internasional tidak lain bertujuan untuk memenuhi kepentingan nasional (*national interest*) suatu negara. Untuk mencapai tujuan atau kepentingan nasional suatu negara, biasanya negara melakukan aktivitas diplomasi sebagai bentuk peningkatan hubungan yang telah dijalin di antara negara – negara tersebut. Diplomasi merupakan sebuah upaya dari satu negara ke negara lain untuk melakukan negosiasi melalui dialog untuk mencapai kepentingan negara masing – masing.⁴⁴ Diplomasi dapat dijalankan melalui dua cara; yaitu secara formal yang dilakukan oleh perwakilan negara atau pada level pemerintahan, serta secara informal yang dapat dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat internasional.

Kuliner dan pembelajaran budaya menjadi media untuk saling memahami dan menumbuhkan kedekatan tersebut. Peranan pemerintah Indonesia dalam melaksanakan diplomasi *soft power* adalah krusial. Melalui berbagai aktivitas seperti fasilitasi, pemberian informasi, menjembatani, pemberian beasiswa, pendirian sekolah Indonesia, memfasilitasi program pertukaran budaya termasuk pertukaran dosen dan pelajar dan mahasiswa adalah signifikan dalam kerangka peningkatan hubungan antar negara serta pengaruh Indonesia di Inggris sekaligus perbaikan

⁴⁴Freeman dan Marks, “Diplomacy.”, Loc. cit

pendidikan di Indonesia guna meningkatkan daya saing Indonesia di level global. Kapasitas Pemerintah perlu ditingkatkan seperti kemampuan berkomunikasi dan beradaptasi agar program dapat berjalan maksimal mengingat sifat alami dari diplomasi *soft power* yang tidak mudah dikontrol dan diprediksi.

Definisi diplomasi yang bersifat informal dapat dipahami melalui pengertian dari Joseph Nye melalui konsep *soft power diplomacy* – nya yang menyebutkan bahwa *soft power* merupakan kemampuan untuk memengaruhi maupun mengajak pihak lain tanpa harus melakukan koersi untuk mendapatkan hasil akhir sesuai yang diinginkan.⁴⁵ Kemampuan untuk memahami kepentingan dan prioritas negara partner dalam proses diplomasi adalah sangat signifikan karena hakekatnya aktivitas ini merupakan *trade off* dari kepentingan antar pelaku. Dibutuhkan “kedekatan yang sesungguhnya” bukan karena keterpaksaan, tapi ketertarikan dan penghargaan tentang kesamaan ide dan nilai yang dianut. Suatu bentuk kedekatan yang dipengaruhi oleh “*heart and mind*”.

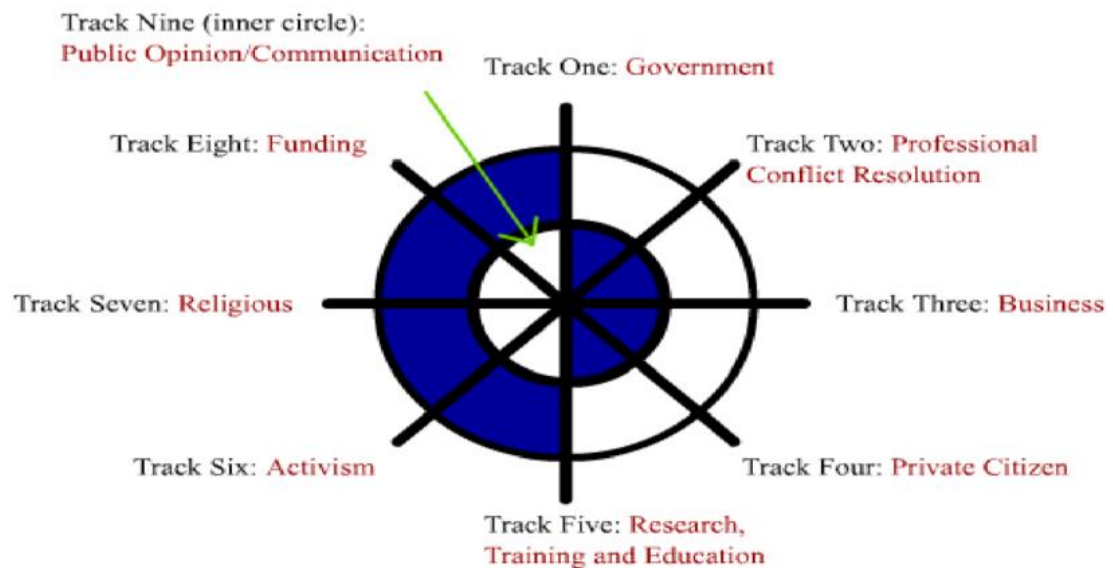
Menurut bentuknya, diplomasi dapat dibagi menjadi tiga klasifikasi; yakni diplomasi jalur pertama (*first track diplomacy*) yang dijalankan antar pemerintah (*G to G*), diplomasi jalur kedua (*second track diplomacy*) yang dijalankan antar masyarakat (*P to P*), serta diplomasi multijalur (*multitrack diplomacy*) yang melibatkan banyak aktor dan isu di dalamnya.⁴⁶ Diplomasi jalur pertama bersifat

⁴⁵Trunkos, “What is Soft Power Capability and How Does It Impact Foreign Policy?”, Loc. cit

⁴⁶Sukawarsini Djelantik, "Diplomasi antara Teori dan Praktik" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008): 13.

kaku dan formal karena dijalankan oleh perwakilan – perwakilan negara, sedangkan diplomasi jalur kedua bersifat lebih informal karena dijalankan oleh aktor – aktor non – pemerintahan.⁴⁷ Diplomasi multijalur yang digagas oleh Mc Donald dan Diamond mencoba menggabungkan kedua konsep diplomasi tersebut dengan membagi ke dalam sembilan faktor; yaitu (1) pemerintah, (2) organisasi non – pemerintahan (*NGO*), (3) pelaku bisnis, (4) warga negara atau publik, (5) riset dan edukasi (akademis), (6) aktivisme, (7) kelompok religi, (8) keuangan, (9) media dan komunikasi (opini publik). Untuk memperjelas pengertian diplomasi multijalur tersebut dapat digambarkan dalam bagan berikut:

Bagan 1.5 Bagan Diplomasi Multijalur



Sumber: https://www.researchgate.net/figure/Multi-track-Diplomacy_fig1_228658197

⁴⁷ Ibid

Jalur – jalur pada gambar tersebut merupakan gambaran sembilan faktor memiliki keterkaitannya satu sama lain. Jalur – jalur tersebut dapat digunakan secara bersamaan untuk saling melengkapi kekurangan pada jalur lain serta untuk saling menguatkan kelebihan masing – masing jalur, sehingga membuat sebuah sistem holistik dalam pelaksanaannya.⁴⁸ Dalam penelitian ini, penulis hanya akan memfokuskan pada jalur pertama (pemerintah), jalur keempat (masyarakat / warga negara), dan jalur kesembilan (media dan komunikasi / opini publik) di mana masyarakat atau warga negara ikut berperan dalam berdiplomasi untuk mendukung tercapainya kepentingan nasional suatu negara yang dijalankan oleh pemerintah melalui diplomasi jalur pertama.

Jalur pertama dalam diplomasi multijalur yaitu pemerintah, yang merupakan aktor utama yang memiliki peran paling vital untuk mengusahakan terciptanya perdamaian dengan melakukan negosiasi, mediasi, resolusi konflik, menghindari perang, dan segala hal yang berkaitan dengan isu-isu *high politics*. Jalur ini diberikan keleluasaan untuk mengatur seluruh sumber daya yang dimiliki.⁴⁹ Akan tetapi, jalur ini cenderung bersifat kaku dan formal karena jalur ini akan berjalan dengan efektif apabila negara memiliki kepentingan dengan negara lain, atau berupa interaksi antar pemerintah.

⁴⁸ Louise Diamond dan John McDonald, “Multi-Track Diplomacy: A System Approach to Peace”, (New York: Kumarian Press, 1996).

⁴⁹ *ibid*

Jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah jalur keempat, yakni masyarakat atau warga negara. Pada jalur ini, segala aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat suatu negara terlepas dari campur tangan pemerintah. Pada jalur ini pula, biasanya terjadi penyebaran nilai – nilai dan budaya suatu negara kepada masyarakat negara lain.⁵⁰ Jalur ini seringkali dimanfaatkan pemerintah untuk mendapatkan suara dari masyarakat atas kebijakan yang dijalankan.

Jalur terakhir yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah jalur kesembilan, yaitu media dan komunikasi. Jalur ini menjadi alat untuk penyebaran informasi terbuka sehingga siapapun dapat menerima berbagai informasi dengan mudah, cepat, dan transparan.⁵¹ Jalur ini menjadi hal yang sangat diperlukan pada perkembangan di era digital untuk menyebarkan berbagai informasi kepada seluruh lapisan masyarakat.

Diplomasi publik merupakan salah satu contoh diplomasi yang bersifat informal atau yang dapat menyasar langsung ke lapisan masyarakat. Diplomasi publik merupakan pengaruh dari sikap masyarakat terhadap pembentukan dan pelaksanaan kebijakan luar negeri yang mencakup dimensi hubungan internasional yang termasuk diantaranya yaitu interaksi antara sektor swasta di satu negara dengan negara lain, serta ‘penanaman’ citra yang dilakukan oleh suatu pemerintahan ke masyarakat

⁵⁰ ibid

⁵¹ ibid

negara lain.⁵² Dari pernyataan tersebut, diplomasi publik menggambarkan cara suatu kepentingan negara untuk berdiplomasi dapat dicapai melalui dimensi publik atau masyarakat dan tidak hanya dapat dilakukan oleh pemerintah saja. Diplomasi publik dilakukan untuk menumbuhkan opini positif atau persepsi positif atas suatu negara yang berkembang di masyarakat negara lain untuk menjadi bahan penunjang bagi negara tersebut dalam memenuhi kepentingan negaranya.

Diplomasi publik juga dapat dikatakan sebagai proyeksi nasional atau sebagai alat yang menyambungkan komunikasi kepada pihak eksternal untuk membuat *image* positif tertentu kepada pihak agar pihak asing tertarik untuk ‘datang’ ke negara tersebut.⁵³ Apabila dikaitkan kembali dengan diplomasi multijalur, diplomasi publik yang dilakukan oleh berbagai aktor yang berada pada jalur kedua sampai kesembilan membantu atau mendukung berbagai upaya yang dilakukan pemerintah dalam jalur pertama untuk mencapai tujuan nasional suatu negara.

Banyak cara yang dilakukan oleh pemerintah / negara untuk melakukan diplomasi publik kepada masyarakat internasional; salah satunya adalah dengan melakukan diplomasi budaya. Diplomasi ini merupakan aktivitas baru dalam kegiatan diplomasi dengan mencoba memperkenalkan atau bahkan menanamkan nilai, ide,

⁵²Nicholas J. Cull, “Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase,” USC Center on Public Diplomacy, diakses pada 20 September 2017, <http://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>.

⁵³Brown, “The Four Paradigms of Public Diplomacy: Building a Framework for Comparative Government External Communications Research.”, Loc. cit

tradisi, identitas, dan aspek kultural lainnya kepada negara lain.⁵⁴ Instrumen yang digunakan dalam melakukan diplomasi budaya pun beragam, yaitu dapat berupa alat musik, tarian atau kesenian, pakaian khas, hingga makanan. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti menggunakan kuliner khas sebagai alat untuk berdiplomasi dan meningkatkan citra positif atas negara tersebut yang biasa juga disebut dengan gastrodiplomasi.

Istilah gastrodiplomasi ini, menurut Rockower secara sederhana dapat dikatakan “*the act of winning hearts and minds through stomach.*”⁵⁵ Pernyataan Rockower ini diperjelas dengan pernyataan Pham yang menjelaskan bahwa gastrodiplomasi adalah sebuah usaha pemerintah untuk memperkenalkan warisan kuliner nasional yang merupakan sebagian dari diplomasi publik untuk meningkatkan *nation brand*, investasi ekonomi, serta perdagangan.⁵⁶ Gastrodiplomasi merupakan salah satu cara yang banyak dijalankan oleh negara – negara di dunia, khususnya oleh negara – negara *middle power* untuk mencapai tujuan negara, seperti untuk mengenalkan atau mempromosikan negara melalui kuliner khas dari negara tersebut, meningkatkan citra positif atas suatu negara ke negara lain, usaha untuk *nation branding* serta untuk menciptakan interaksi yang baik yang terjalin antar kedua

⁵⁴Erik Pajtinka, “Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations,” *Faculty of Political Sciences and International Relations – UMB Banská Bystrica*, 2014, diakses pada 11 Februari 2018, <http://www.politicevedy.fpvmv.umb.sk>.

⁵⁵Rockower, “Recipes for Gastrodiplomacy.”, Loc. cit

⁵⁶Mary Jo A. Pham, “Food as Communication: A Case study of South Korea’s Gastrodiplomacy,” *Journal of International Service*, 1–22.

negara.⁵⁷ Penggunaan gastrodiplomasi dianggap baik karena dapat langsung menyentuh seluruh lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat sipil hingga ke kursi pemerintahan karena menggunakan alat yang ringan dan merupakan salah satu kebutuhan dasar setiap manusia yaitu makanan. Makanan yang digunakan dalam diplomasi ini merupakan makanan yang memiliki ciri khas dari suatu negara yang merupakan bagian dari kebudayaan negara tersebut.

Paul S. Rockower melalui artikelnya yang berjudul *Recipes for Gastrodiplomacy* menjelaskan penggunaan gastrodiplomacy yang merupakan salah satu bentuk diplomasi publik yang efektif karena langsung menyentuh ke lapisan masyarakat karena menggunakan pendekatan *people – to – people*.⁵⁸ Ia juga menjelaskan bahwa terdapat hubungan emosional yang dapat dirasakan melalui makanan sehingga makanan dapat dijadikan sebagai alat komunikasi yang bersifat universal.⁵⁹ Makanan dapat merefleksikan budaya suatu negara sehingga masyarakat dari negara lain dapat sedikit memahami dan merasakan budaya dari suatu negara yang menjadi ciri khas yang membedakan negara tersebut dengan negara lain.⁶⁰

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, penggunaan gastrodiplomasi sebagai instrumen untuk berkomunikasi dengan negara lain lebih banyak digunakan oleh negara – negara *middle power* untuk ‘bersaing’ di panggung internasional. Indonesia sebagai salah satu negara *middle power* juga menggunakan konsep *soft*

⁵⁷ *ibid*

⁵⁸ Rockower, “Recipes for Gastrodiplomacy.”, Loc. cit

⁵⁹ *ibid*

⁶⁰ *ibid*

power dalam upaya *nation branding* serta untuk meningkatkan perekonomian dalam negeri dan mempromosikan pariwisatanya dengan melakukan gastrodiplomasi. Hal tersebut dibuktikan melalui berbagai festival kuliner yang sudah dilakukan oleh pemerintah Indonesia di luar negeri serta banyaknya restoran yang menjual makanan khas Indonesia di luar negeri yang digemari di luar negeri.⁶¹ Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan gastrodiplomasi merupakan salah satu cara yang cocok bagi Indonesia untuk meningkatkan citra positif dan bersaing di panggung Internasional untuk meningkatkan eksistensi Indonesia.

1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu menggunakan data – data deskriptif untuk dianalisis lebih mendalam. Metode ini penulis gunakan dalam penelitian ini karena data – data yang penulis temukan berupa data deskriptif, bukan data kuantitatif yang berupa angka. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus yang akan menjelaskan secara mendalam mengenai fenomena sosial yang akan dibahas berdasarkan landasan teori, isu, serta data – data pendukung lainnya yang akan membantu penulisan penelitian ini.⁶²

⁶¹ Erina Wardoyo, Loc. cit

⁶² Carrie Williams, “Research Methods,” *Journal of Business & Economic Research* 7, no. 7 (2007): 68.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini sesuai dengan metode penelitian yang bersifat kualitatif, yaitu berupa studi literatur yang bersumber dari berbagai teks, jurnal, artikel, surat kabar, dan data deskriptif lainnya. Teknik tersebut penulis gunakan karena data – data yang mendukung penelitian ini bersifat deskriptif atau berupa penjelasan – penjelasan dari sumber – sumber yang valid.⁶³

1.7 Sistematika Penulisan

Penulis akan membagi penelitian ini ke dalam empat bab yang nantinya akan menjelaskan lebih mendalam dan akan menjawab pertanyaan penelitian seperti yang sudah tertulis pada sub bab sebelumnya. Bab 1 penelitian ini membahas mengenai pendahuluan yang berisi berbagai penjelasan singkat mengenai isi dari penelitian ini; yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan sistematika penulisan. Selanjutnya bab 2 penelitian ini menjelaskan tentang hubungan bilateral Indonesia - Inggris. Dimulai dari sejarah hubungan Indonesia dengan Inggris, kepentingan masing – masing negara dalam hubungan bilateral di antara keduanya, dan kerjasama di berbagai bidang dalam hal diplomatis yang dirinci menjadi beberapa sub bab.

⁶³ Ibid

Pada bab 3, penulis menganalisis tentang gastrodiplomasi Indonesia – Inggris 2012-2017. Pada bab tersebut, penulis akan menjelaskan upaya – upaya gastrodiplomasi yang telah dilakukan Indonesia terhadap Inggris, tantangan gastrodiplomasi Indonesia, serta hasil dari gastrodiplomasi Indonesia terhadap Inggris. Bab terakhir yaitu bab 4 menutup hasil penelitian ini dengan berbagai kesimpulan atas seluruh penelitian yang telah penulis buat.