

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Diplomasi melalui kebudayaan dinilai menjadi suatu diplomasi yang cukup menarik untuk ditinjau pelaksanaan dan perkembangannya. Diplomasi kebudayaan pada dasarnya sebuah bentuk diplomasi yang menjadikan kebudayaan sebagai bahan utama lalu disampaikan melalui sebuah tarian tradisional, lagu – lagu daerah, bahasa, dan pakaian.ⁱ Tujuan dari diplomasi budaya adalah untuk memperluas kebudayaan yang dimiliki oleh suatu negara agar diketahui oleh negara lainnya. Keuntungan jangka pendek dan panjangnya adalah peningkatan perekonomian dari negara tersebut. Peningkatan perekonomian disebabkan adanya keingintahuan dari negara lain terkait dengan kebudayaan yang dimiliki. Peningkatan perekonomian ini berasal dari masuknya pengunjung mancanegara dan hasil penjualan produk yang berhubungan dengan kebudayaan yang diperkenalkan kepada negara lain.

Diplomasi selalu mengalami sebuah pembaharuan, begitu juga dengan diplomasi kebudayaan. Dimana melalui diplomasi kebudayaan, muncul sebuah diplomasi yang berbasis kuliner dalam pelaksanaannya. Diplomasi kuliner ini dikenal sebagai Gastrodiplomasi, merupakan dua kata yang menjadi satu, yakni gastronomi dan diplomasi. Gastronomi

merupakan sebuah ilmu terkait adanya relasi yang kuat antara kebudayaan dalam sebuah makanan, kemudian gastronomi lebih memfokuskan makanan yang diikuti dengan elemen budaya yang terkandungnya.ⁱⁱ Sehingga ketika disimpulkan, gastrodiplomasi merupakan sebuah bentuk diplomasi yang menggunakan kuliner sebagai aktor utama dalam mencapai kesuksesan dalam berdiplomasi.

Di Kawasan Asia, terdapat negara Korea Selatan yang telah gencar dalam melakukan diplomasi melalui budaya. Mereka menggunakan Korean Wave sebagai upaya mereka dalam menyebarkan kebudayaan yang mereka miliki. Kebudayaan mereka meliputi *Korean Pop (K-POP)*, sejarah, pakaian, dan sebagainya yang dilakukan melewati siaran berupa drama maupun *variety show*.ⁱⁱⁱ Bahkan, kuliner yang dimiliki secara tidak langsung juga turut diperkenalkan terhadap masyarakat dari negara lain. Langkah yang telah dilakukan oleh Korea Selatan ini, mendapatkan keberhasilan yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan maraknya restoran yang menyajikan masakan Korea di berbagai negara, termasuk Indonesia. Masakan Korea yang masuk tidak hanya sekedar jenis masakan, melainkan juga budaya atau tata cara makan seperti marak jenis restoran dengan jenis *Korean grill* atau semacamnya.

Lebih terperinci lagi, salah satu negara anggota Association of Southeast Asian Nation (ASEAN) yaitu Thailand juga telah menjalankan *commit to user* bentuk gastrodiplomasi ke negara lain. Thailand melakukan pembukaan

restoran berbasis *Thailand signature food* secara besar – besaran di berbagai negara.^{iv} Hal inilah yang kemudian turut mendapatkan respon yang baik dari konsumen. Dampak yang didapatkan Thailand adalah meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Thailand dikarenakan keberhasilan mereka untuk memberikan rasa ingin tahu tentang negaranya terhadap konsumen melalui kuliner yang mereka sajikan. Bahkan Thailand telah melakukan inisiasi melakukan label *Halal Food*, yang artinya Thailand berupaya memberikan jaminan terhadap para konsumen mereka yang merupakan pemeluk agama islam bahwa makanan yang mereka sajikan sesuai dengan kriteria dari kelompok agama islam tersebut, didukung dengan adanya peningkatan yang sangat pesat dari wisatawan muslim yang berkunjung ke Thailand.^v Hal ini membuktikan, diplomasi melalui kuliner dianggap sangat penting bagi Thailand, hingga memperhatikan seluruh aspek yang sekiranya akan mendukung perkembangan dari pariwisata mereka melalui kuliner.

Sebaliknya di Indonesia, upaya gastrodiplomasi yang dilakukan masih dalam tahap sangat minim dalam upaya untuk memperkenalkan kuliner yang dimiliki oleh Indonesia ke luar negeri. Dari beberapa catatan, Indonesia telah melakukan upaya Gastrodiplomasi di acara – acara berskala internasional. Acara ini pada umumnya diselenggarakan oleh KBRI atau KJRI Indonesia yang ada pada suatu negara. Melalui kedua instansi ini kemudian mereka melakukan kerjasama dengan para diaspora Indonesia yang berada pada negara tersebut. Contoh yang

pernah dijalankan Indonesia adalah *Asian Culture Festival 2016* di Denmark. Dimana acara tersebut diikuti oleh KBRI Kopenhagen yang juga mengajak diaspora Indonesia yang berada di Denmark untuk turut memperkenalkan dan menjual makanan maupun hasil kreasi seni yang telah dihasilkan.^{vi}

Minimnya upaya Indonesia dalam melakukan gastrodiplomasi juga dituliskan oleh Adirini Pujayanti^{vii}, yang berjudul “*Gastrodiplomasi – Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia*”. Dalam tulisan ini, dijelaskan bahwasanya Indonesia telah tertinggal dari negara lain yang melihat potensi besar dari gastrodiplomasi sebagai salah satu topik politik luar negeri suatu negara. Kendati dikatakan minim, Indonesia telah melakukan upaya gastrodiplomasi melalui Kedutaan Besar RI di berbagai negara, namun tidak adanya keberlangsungan yang menyebabkan kegiatan semacam pengenalan kuliner dari Indonesia menjadi terhenti. Tidak sampai disitu, kekurangan gastrodiplomasi Indonesia juga terletak tidak adanya sinkronisasi antar aktor terkait untuk turut serta melaksanakan gastrodiplomasi. Penulis juga menjelaskan adanya peran penting diaspora Indonesia untuk menyukseskan gastrodiplomasi Indonesia. Hal ini dikarenakan, inisiasi pemerintah melalui kedutaan yang ada di setiap negara tidak akan berjalan mulus apabila tidak dibantu oleh peran diaspora, baik dalam hal promosi, ikut serta, dan meramaikan kegiatan tersebut. Tujuan yang dilakukan diaspora ini tentunya untuk

commit to user

menarik warga lokal di negara setempat, maupun turis yang sedang berada disana untuk meramaikan acara dari Kedutaan Besar RI.

Kekurangan dari Indonesia lainnya adalah tidak dimaksimalkannya Gastrodiplomasi dalam salah satu tujuan dalam kebijakan luar negeri yang disusun oleh Kementerian Luar Negeri (KEMENLU). Hal ini menandakan gastrodiplomasi tidak dijadikan sebagai hal yang utama dalam kebijakan politik luar negeri dari Indonesia. Sangat berbanding terbalik dengan negara lain yang telah menjadikan gastrodiplomasi sebagai salah satu topik dalam politik luar negerinya. Terlebih lagi, Indonesia masih sering menjadikan peran negara sebagai peran yang dominan sebagai aktor politik luar negerinya, yang artinya sedikit menyampingkan adanya peran non-pemerintah dalam lingkup internasional. Pada kenyataannya, terdapat aktor-aktor non-pemerintah yang telah giat melakukan upayanya dalam mempromosikan produk Indonesia di kancah internasional. Aktor non-pemerintah ini mencakup dalam kelompok maupun individu.

Atas dasar kurangnya pemerintah dalam memperhatikan mengenai gastrodiplomasi, muncul inisiasi atau upaya yang dilakukan oleh seorang individu yang menciptakan sebuah potensi gastrodiplomasi untuk Indonesia, dengan menciptakan potensi gastrodiplasasinya melalui sebuah produk. Produk ini adalah berupa tempe, dimana tempe merupakan budaya kuliner khas yang berasal dari Indonesia. Tempe terbuat dari kedelai yang dilakukan proses fermentasi

menggunakan *Rhizopus Oligosporus* selama beberapa hari untuk menjadi tempe seperti yang sering ditemukan di pasar maupun tempat lainnya.^{viii} Berdasarkan sejarah, tempe memiliki kemungkinan telah berada di Indonesia sejak tahun 1800-an. Hal ini dibuktikan dengan penemuan catatan-catatan pada masa dahulu yang mengatakan mengenai tempe. Hal ini juga dibuktikan dengan persebaran tempe yang mudah ditemukan di berbagai daerah Indonesia, terutama di wilayah Jawa.^{ix} Atas dasar inilah, yang kemudian menjadikan tempe sebagai budaya kuliner khas dari Indonesia.

Individu ini bernama Rustono. Rustono memiliki tujuan untuk menyebarkan produk tempe di Kawasan Jepang. Upaya yang dilakukan oleh Rustono untuk mengawali usaha tempe adalah dari nol. Dia berasal dari Grobogan yang kemudian memilih untuk pindah ke Jepang dikarenakan melangsungkan kehidupan berkeluarganya dengan wanita Jepang. Setelah tinggal di Jepang, dia mengamati peluang yang sekiranya dapat berkembang dengan membawa sesuatu ciri khas dari Nusantara yang dapat diperkenalkan dan dikembangkan. Rustono kemudian mengetahui suatu peluang, dimana dia melihat banyak produk – produk olahan kedelai seperti tahu dan nato, namun dia tidak melihat adanya produk berupa tempe seperti di Indonesia.^x

Sehingga, yang dilakukan oleh Rustono adalah mencoba untuk melakukan pembuatan tempe, dimana selama empat bulan, Rustono gagal dalam menciptakan tempe tersebut.^{xi} Namun, hingga akhirnya

Rustono telah berhasil untuk menciptakan produk tempe yang nantinya akan dipasarkan di Jepang. Keberhasilan dalam menciptakan produk tempe ini, belum dapat memastikan akan keberhasilan dari masyarakat Jepang yang dapat menerima makanan sejenis tempe ini.

Dalam perjalanan bisnisnya, produk tempe ini diberi nama dengan Rusto's Tempeh. Bisnis ini pada masa berlangsungnya, belum mendapatkan dukungan dari pemerintah Indonesia, baik dari pusat maupun dari KBRI di Jepang. Sehingga, Rustono berusaha untuk menjalankan bisnisnya atas dasar keinginan pribadinya untuk memperluas makanan khas Indonesia ini untuk dikenal dan menjadi salah satu makanan yang nantinya akan dicari oleh masyarakat Jepang.

Sehingga, dalam penelitian ini, akan menitikberatkan pada upaya Rustono sebagai aktor yang membangun potensi Gastrodiplomasi berupa tempe kepada masyarakat Jepang. Kemudian dapat menganalisis mengenai bagaimana kesuksesan tempe untuk dapat diterima sebagai makanan yang sesuai dengan negara mereka. Selanjutnya, yang perlu dilihat adalah mengenai upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh aktor tersebut untuk dapat diterima di publik negara lain. Hal inilah yang kemudian akan menjadi bahasan penelitian kali ini.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan dijelaskan seperti diatas, peneliti kemudian mengambil sebuah rumusan masalah guna diteliti untuk mendapatkan sebuah hasil penelitian berupa:

Bagaimana penggunaan tempe sebagai potensi gastrodiplomasi Indonesia di Jepang?

2. Batasan Masalah

Agar penelitian menjadi terfokuskan, maka peneliti akan berfokus pada produk tempe yang diproduksi oleh Rustono. Kemudian, yang lebih difokuskan adalah mengenai upaya diplomasi publik dari Rustono terhadap masyarakat di Jepang dan juga terkait bagaimana tempe dapat diterima oleh masyarakat Jepang. Terlebih lagi, peneliti akan melihat bagaimana pemerintah mampu menggunakan potensi yang telah dibangun oleh Rustono. Sehingga pada akhir penelitian dapat menetapkan bagaimana nilai-nilai kebudayaan yang terkandung dalam tempe dapat digunakan sebagai potensi gastrodiplomasi Indonesia di Jepang.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, adapun beberapa tujuan yang diharapkan mengenai hasil penelitian yang akan dihasilkan:

- Untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh aktor, terkait upayanya untuk memperkenalkan suatu makanan khas yang berasal dari negaranya.
- Untuk memberikan rekomendasi kepada Pemerintah Indonesia untuk lebih mendorong dan mendukung adanya kegiatan – kegiatan dalam upaya meningkatkan kekuatan diplomasi Indonesia melalui Gastrodiplomasi
- Untuk memberikan produk ilmiah kepada masyarakat, akademisi, maupun lapisan yang ada terkait potensi Gastrodiplomasi yang dilakukan oleh individu yang juga untuk mendorong individu maupun kelompok lain untuk turut berkecimpung dalam menciptakan potensi Gastrodiplomasi.
- Untuk mencapai gelar Strata 1 Sarjana dalam Program Studi Hubungan Internasional

2. Manfaat Penelitian

- Sebagai produk ilmiah yang dapat menjadi pembaharuan ilmu dalam studi hubungan internasional. Mengingat topik dalam penelitian merupakan isu non-konvensional, sehingga merupakan sebuah bahasan yang dapat dianggap muda dalam ilmu hubungan internasional.
- Dapat menjelaskan mengenai adanya pembaharuan aktor dalam dunia diplomasi. Dimana seorang individu juga dapat menciptakan potensi diplomasi terhadap publik negara lain.
- Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu untuk menjadi referensi atau acuan terhadap suatu topik tertentu. Yang kemudian topik tersebut dapat meningkatkan kajian – kajian dalam ilmu hubungan internasional.
- Penelitian ini juga diharapkan mampu mendorong usaha pemerintah dalam tujuannya untuk meningkatkan dan memperluas gastrodiplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia.
- Penelitian ini juga diharapkan mampu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atau aktor dalam bidang kuliner khas nusantara untuk turut serta meningkatkan Gastrodiplomasi Indonesia ke negara lain.

commut to user

- Terakhir, penelitian ini merupakan bentuk kontribusi mahasiswa hubungan internasional dalam mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama masa kuliah menjadi sebuah produk ilmiah berbasis penelitian

D. Studi Literatur

Buku

1. **Joseph S. Nye. Jr. 2008. *Public Diplomacy and Soft Power*.**

Joseph S. Nye. Jr (2008) melalui bukunya mengatakan:

Bahwasanya terdapat perubahan yang sangat signifikan terhadap dunia internasional pasca perang dingin. Dimana, negara-negara tidak selalu menerapkan adanya *hard power* dalam diplomasi. Sehingga muncul sebuah gagasan baru mengenai adanya *soft power* yang dapat digunakan oleh setiap negara guna melakukan upaya diplomasinya dengan lebih 'ramah'.

Soft power ini yang kemudian juga menciptakan suatu bentuk diplomasi, yaitu diplomasi publik. Dimana, diplomasi ini menjadi sebuah inisiasi baru dan dilakukan oleh suatu negara untuk mendapatkan atensi secara langsung dari publik negara lain. Dalam artian, bentuk interaksi tidak lagi antar negara melalui badan pemerintahnya, namun langsung tertuju pada publik suatu negara.

Bentuk upaya diplomasi publik adalah melakukan promosi – promosi produk yang dinilai dapat mewakili negara untuk diterima

oleh publik negara lain, seperti adanya kebudayaan, pertukaran, dan kebijakan. Produk – produknya inilah yang nantinya menentukan keberhasilan dari diplomasi publik yang dilakukan oleh suatu negara. Hal ini dikarenakan, apabila produk yang dipromosikan tidak memiliki nilai yang kuat terhadap publik negara lain, maka produk ini tidak dapat diterima yang menyebabkan *soft power* yang dilakukan oleh suatu negara akan dianggap tidak berhasil.

Buku ini menjadi salah satu buku yang mendukung penelitian ini, dikarenakan penelitian ini akan menggunakan konsep diplomasi publik untuk membahas mengenai subjek yang terdapat dalam topik penelitian kali ini. Dimana, konsep ini akan melihat suatu upaya dari individu yang berasal dari negara Indonesia untuk melakukan promosi mengenai produk khas negaranya terhadap publik dari negara lain. Konsep ini juga nantinya akan mencoba menyatukan pandangan terhadap Diplomasi Publik yang dikatakan juga oleh S. Paul Rockower, untuk melihat bagaimana suasana yang terjadi di publik Jepang terkait upaya gastrodiplomasi tempe yang dilakukan oleh Rustono.

Artikel Jurnal

2. Paul S. Rockower. 2012. *"Recipes for gastrodiploamacy"*. Opinion Piece

Artikel jurnal ini sangat detail membahas mengenai gastrodiploamasi. Dimana, Paul S. Rockower menjelaskan hubungan secara urut antara diplomasi publik, diplomasi budaya, dan gastrodiploamasi. Ketiga ini kemudian dibahas mengenai bagaimana diplomasi publik dapat berkembang menjadi diplomasi budaya yang kemudian juga menjadi gastrodiploamasi.

Dalam artikel ini, ditekankan bahwasanya gastrodiploamasi bukanlah sekedar diplomasi publik biasa. Diplomasi publik biasa hanya menargetkan kepada atensi yang didapat dari suatu publik. Jika gastrodiploamasi kemudian menekankan kepada hampir ke seluruh aspek yang ada. Hal ini dikarenakan Gastrodiploamasi dilakukan melalui indera perasa, dan juga nilai sejarah dari suatu bentuk makanan. Sehingga, gastrodiploamasi akan lebih intens hasil yang didapatkan.

Paul S. Rockower menekankan, bahwasanya gastrodiploamasi tidak hanya sekedar bentuk diplomasi yang dilakukan melalui makanan. Melainkan, terdapat pesan untuk meningkatkan kesadaran publik terkait makanan khas merupakan sebuah aset yang berharga dan dapat dikembangkan. Dia juga menghubungkan

bahwasanya gastrodiplomasi lebih dekat terhadap diplomasi kebudayaan. Dikarenakan, lebih erat kaitannya antara gastrodiplomasi dengan kebudayaan yang dimiliki suatu negara.

Sehingga, melalui artikel jurnal ini kemudian mendukung penelitian yang akan diangkat. Terutama dalam hal membahas mengenai produk yang digunakan sebagai bentuk gastrodiplomasi. Terlebih lagi, melalui artikel jurnal ini, dapat meneliti dan menganalisis terkait upaya apa saja yang dilakukan oleh seorang Rustono di Jepang, sehingga dapat dikatakan berhasil menciptakan potensi gastrodiplomasi bagi Indonesia. Dalam hal ini, artikel jurnal ini dapat digunakan untuk mengupas secara detail mengenai gastrodiplomasi yang digunakan melalui tempe.

3. Adirini Pujayanti. 2017. "GASTRODIPLOMASI – UPAYA MEMPERKUAT DIPLOMASI INDONESIA". Jurnal DPR RI.

Melalui artikel jurnal ini, menjelaskan mengenai bagaimana gastrodiplomasi yang telah ada dan dijalankan oleh Indonesia. Penulis artikel jurnal ini menyatakan bahwasanya Indonesia mempunyai potensi yang masif dalam gastrodiplomasi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya makanan maupun kuliner khas yang dimiliki oleh Indonesia. Artikel jurnal ini juga menyatakan bahwasanya gastrodiplomasi penting untuk negara berkembang dalam hal pencapaian promosi guna meningkatkan sektor ekonomi.

Selain itu, gastrodiplomasi dilakukan oleh negara berkembang sebagai upaya *nation branding* di level internasional.

Artikel jurnal ini juga menjelaskan mengenai diplomasi publik. Dimana penulis menerangkan bahwa aktor dalam dunia internasional saat ini tidak hanya antara pemerintah negara satu dengan lainnya, melainkan juga adanya aktor – aktor non konvensional yang muncul dan bisa menggantikan posisi pemerintah tersebut. Hal inilah yang kemudian juga mendukung adanya proses gastrodiplomasi yang dapat dilakukan oleh masyarakat terhadap masyarakat internasional.

Melalui tulisan ini, menjelaskan bahwasanya belum majunya gastrodiplomasi Indonesia dikarenakan beberapa faktor utama. Diantaranya yaitu, kurang adanya peran pemerintah dalam menjadikan gastrodiplomasi sebagai salah satu agenda politik luar negeri (polugri), hal ini sangat berbeda dengan negara lain yang menjadikan gastrodiplomasi salah satu agenda polugrinya. Terlebih lagi, dalam rancangan kebijakan periodik dari Kementerian Luar Negeri Indonesia (Kemenlu), juga tidak tercantum secara spesifik mengenai strategi Indonesia dalam menjalankan gastrodiplomasi di tingkat internasional. Selanjutnya, Adirini Pujayanti juga menjelaskan kurangnya sinergitas dengan diaspora Indonesia di luar negeri untuk turut membantu jalannya gastrodiplomasi dari Indonesia.

Artikel jurnal ini kemudian juga membantu penelitian ini, dikarenakan adanya pembuktian kurangnya upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam hal gastrodiplomasi. Kemudian, dapat dibuktikan melalui penelitian yang akan dituliskan terkait adanya peran individu, dalam hal ini adalah diaspora Indonesia di Jepang, yang melakukan inisiasi untuk mempopulerkan makanan asli Indonesia yaitu Tempe. Upaya yang dilakukan ini nantinya akan dianalisis seberapa efektifnya dan apa yang nantinya akan didapatkan Indonesia melalui upaya gastrodiplomasi.

4. Yuliatma Fartianmur. 2018. **“KEPENTINGAN THAILAND DALAM MELAKUKAN GASTRODIPLOMACY MELALUI KITCHEN OF THE WORLD”**. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 6(4) 1565-1582.

Dimulai dengan hal paling mendasar, yakni alasan pemerintah Thailand melakukan kebijakan ini adalah untuk mengubah citra negatif terhadap negaranya. Hal ini dikarenakan, Thailan dikenal sebagai *sex tourism* di berbagai negara, alasan kuatnya adalah merajalelanya tempat-tempat prostitusi yang ada di lingkup Thailand. Sehingga, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Thailand secara mayoritas karena ingin mencoba dunia prostitusi tersebut. Atas dasar inilah kemudian pemerintah ingin mengubah citra dari *Sex Tourism* menjadi *Food Tourism*.

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Thailand sendiri dapat dikatakan sangat serius dalam mengupayakan permasalahan ini.

Mengubah menjadi *food tourism* seperti yang diinginkan pemerintah Thailand adalah dengan cara membuka restoran-restoran berbasis masakan Thailand ke berbagai negara. Hal ini ditujukan untuk menunjukkan kepada dunia terkait bentuk dan cita rasa dari makanan Thailand. Pembukaan dari restoran ini tentunya dilakukan secara masif dan serentak, mengingat untuk mendapatkan jangkauan yang luas.

Dengan mendirikan banyak restoran sekaligus, pemerintah Thailand kemudian mengetahui mengenai permasalahan yang terjadi, yaitu terkait maraknya restoran lokal negara lain yang turut menjual masakan Thailand. Hal ini bukan berarti pemerintah Thailand tidak menyetujui bahwa kuliner Thailand dibuat oleh orang lokal negara lain, melainkan terdapat restoran-restoran yang menggunakan 'embel-embel' masakan Thailand, tetapi tidak terdapat di menu makanannya. Restoran yang seperti ini dinilai hanya memanfaatkan restoran Thailand yang sedang naik dari segi popularitas dan jumlah. Hal ini kemudian disiasati oleh pemerintah Thailand dengan cara menerapkan dua label bagi restoran yang diakui oleh pemerintah. Label ini adalah untuk restoran yang menjadikan hidangan Thailand dengan tempat dan pelayanan mewah, kemudian satunya lagi berupa restoran Thailand yang menyajikan masakan sesuai standar keaslian.

commit to user

Kemudian, keuntungan yang didapatkan oleh pemerintah Thailand tidak berhenti pada populernya masakan Thailand. Keuntungan lainnya dominan terhadap bidang ekonomi. Adanya peningkatan signifikan terkait ekspor bahan baku dari Thailand, hal ini dikarenakan setiap restoran yang menjalankan bisnis masakan Thailand dan telah diakui oleh pemerintah Thailand, akan menggunakan bahan baku yang langsung dikirim dari Thailand. Hal ini untuk menjaga orisinalitas masakan sekaligus mendorong ekspor hasil dalam negeri. Pada akhirnya, Thailand mampu untuk mengubah citra negatif mereka menjadi positif melalui gastrodipomasi.

Melalui tulisan ini kemudian, akan menjadikan suatu dasar penting dalam menganalisis penelitian yang sedang diangkat, terkait peran pemerintah Indonesia terhadap potensi gastrodipomasi yang telah dibangun Rustono. Hal ini untuk mengingat bagaimana sejatinya Rustono telah melakukan upaya-upaya seperti pemerintah Thailand untuk mempromosikan tempe. Dilain sisi, pemerintah Indonesia dianggap kurang dalam melihat hal tersebut. Sehingga, nantinya akan ada poin-poin penting kesuksesan Thailand untuk digunakan sebagai pembandingan apa yang telah pemerintah Indonesia lakukan.

E. Kerangka Konseptual

Dalam melakukan sebuah analisis dalam suatu penelitian, maka diperlukan sebuah teori maupun konsep guna mendasari atau sebagai alat untuk melakukan analisa data dalam penelitian yang disebut sebagai kerangka konseptual. Sehingga, dalam penelitian kali ini nantinya akan menggunakan dua konsep utama yang berasal dari suatu teori.

Soft Power

Soft Power merupakan sebuah teori besar yang terdiri dari banyak sub-bab. Teori ini muncul pasca perang dingin, dimana hubungan dunia internasional tidak lagi menitikberatkan pada negara (*state-centric*). Namun, mulai muncul aktor – aktor baru seperti organisasi pemerintah, organisasi non-pemerintah, kelompok, maupun individu. Yang kemudian adanya aktor – aktor baru ini juga turut mengembangkan kembali bentuk – bentuk interaksi dalam dunia internasional. Dalam penelitian ini tidak menggunakan secara terpusat mengenai *soft power*, melainkan akan difokuskan terhadap konsep yang dihasilkan oleh *soft power*, yaitu:

a. Diplomasi Publik

Berdasarkan yang dikatakan melalui Paul Rockower, bahwasanya diplomasi publik merupakan sesuatu yang telah dikembangkan dan sedang berada dalam masa meningkatnya perilaku negara maupun non-negara melakukan upaya diplomasi

publik. Hal ini dikarenakan bentuk kegiatannya ditujukan langsung terhadap publik dari negara lain.^{xii}

Atas dasar tersebut, kemudian penelitian ini nantinya akan menggunakan konsep diplomasi publik untuk menganalisa mengenai Rustono sebagai aktor individu yang melakukan upayanya melalui diplomasi publik ke negara lain (Jepang) melalui produk tempe. Peneliti kemudian turut menggunakan indikator – indikator yang sejalan dengan bagaimana diplomasi publik dapat berjalan. Seperti alasan memilih publik suatu negara, dan tujuan yang ingin dicapai melalui upayanya memperkenalkan produk tempe.

Sehingga, setelah didapatkan hasil mengenai alasan dan tujuan dari aktor terkait dalam melakukan upaya diplomasi publiknya di negara tempat mereka berada, dapat diambil sebuah kesimpulan mengenai apakah yang dilakukan oleh aktor merupakan sebuah tindakan atau kegiatan yang dapat diakui sebagai bentuk dari diplomasi publik. Tentunya, untuk melihat mengenai diplomasi publik perlu dilakukan analisis terhadap dampak yang telah ditimbulkan dari inisiasi aktor dalam melakukan produksi tempe yang telah dilakukan.

b. Gastrodiplomasi

Gastrodiplomasi merupakan salah satu bentuk diplomasi yang dapat *commit to user* dalam studi hubungan

internasional. Dimana gastrodiploasi merupakan salah satu bagian yang ada pada diplomasi publik. Peran dari gastrodiploasi sendiri merupakan bagaimana pemerintah mampu untuk hadir sekaligus menarik perhatian publik negara lain. Dimana, dalam gastrodiploasi menggunakan media kuliner dalam upayanya meningkatkan *brand awareness* bangsa yang bertujuan untuk menekankan nilai – nilai budaya suatu negara.^{xiii}

Indikator-indikator yang kemudian digunakan dalam konsep gastrodiploasi sendiri adalah menggunakan hasil yang ditulis oleh Paul S. Rockower seperti yang sudah tercantum dalam bagian *literature review*. Dimana, dapat digunakan secara mendetail untuk menggali mengenai tempe dalam berbagai sektor. Seperti bagaimana nilai sejarah, citarasa, pengemasan dalam tempe guna mendapatkan kesuksesan dalam gastrodiploasi di negara tujuan. Artinya, akan lebih memfokuskan pada tempe untuk digunakan sebagai produk dalam gastrodiploasi.

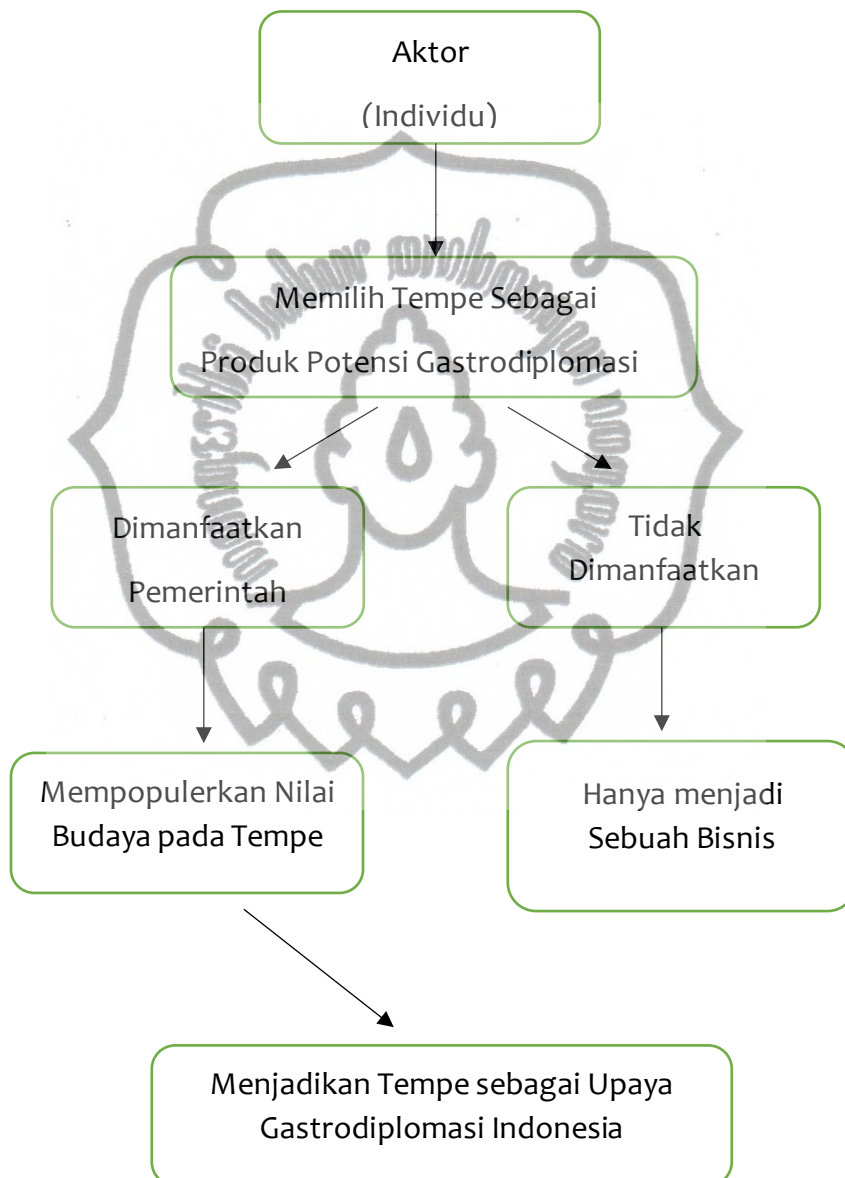
Sehingga konsep ini nantinya akan membahas bagaimana peran penting dari suatu kuliner atau makanan untuk menciptakan dampak rasa ingin tahu lebih dari publik negara lain. Rasa tahu ini yang nantinya juga mendorong untuk mencoba hal – hal lain yang terdapat pada negara tersebut. Dengan adanya timbal balik, maka akan terdapat keuntungan terhadap negara yang telah melakukan upaya gastrodiploasinya.

Hal ini kemudian dikaitkan dengan tempe yang menjadi produk makanan yang diperkenalkan sebagai bentuk potensi gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Rustono di Jepang. Kemudian, melalui konsep gastrodiplomasi, nantinya peneliti akan menganalisa mengenai alasan pemilihan tempe sebagai produk gastrodiplomasi yang dilakukan. Kemudian, setelah mengetahui mengenai alasan tersebut, dilakukan analisa mengenai apakah publik negara lain dapat menerima tempe sebagai suatu produk makanan yang mereka butuhkan dan memiliki rasa ingin untuk menikmati tempe secara berkala terlebih ketertarikan dengan negara asal tempe. Pada hasil akhirnya, akan dapat diketahui mengenai apakah tempe menjadi bentuk gastrodiplomasi yang sukses.

Dengan menggunakan kedua konsep ini, kemudian nantinya peneliti akan melakukan rekap data untuk menetapkan suatu kesimpulan. Kesimpulan tersebut akan menjawab dari rumusan masalah yang telah diajukan. Mengenai apakah potensi gastrodiplomasi yang dilakukan melalui tempe ini nantinya mampu dimanfaatkan oleh pemerintah Indonesia untuk memperkuat gastrodiplomasi Indonesia itu sendiri, mengingat pemerintah juga berupaya untuk melakukan gastrodiplomasi untuk memperkenalkan kebudayaan kuliner yang dimiliki.

F. Kerangka Berpikir

Adapun upaya peneliti untuk mencoba membangun sebuah kerangka berpikir sederhana, terkait dengan topik yang diangkat.



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan dengan topik permasalahan yang diambil, maka penelitian ini merupakan jenis kualitatif, dimana berdasarkan John W. Creswell penelitian dengan metode ini ditujukan untuk membahas dan menganalisis mengenai berbagai fenomena yang terjadi dalam lingkup sosial. Dengan melaksanakan penelitian ini nantinya akan melakukan analisa hasil wawancara, mengumpulkan data terkait topik, dan menganalisis data secara komprehensif.^{xiv}

2. Bentuk Kajian

Kajian yang dapat diambil dari tema atau topik penelitian ini adalah menggunakan analisis deskripsi. Dimana analisis deskripsi adalah proses pemikiran mengenai topik permasalahan melalui narasi – narasi yang telah dibuat sedemikian rupa didasarkan atas data yang telah diperoleh. Bentuk narasi ini merupakan bentuk dari penelitian yang berjenis dengan kualitatif. Adapun data yang didapatkan melalui penelitian adalah data yang diambil berdasarkan cara – cara yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya. Sehingga, setelah dilakukan analisa, maka narasi yang dihasilkan dapat menjawab rumusan masalah yang dituliskan pada peneltian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Penelitian kali ini akan menggunakan data kualitatif, dimana akan menggunakan data hasil wawancara, kemudian juga berupa hasil penelitian ilmiah, pernyataan, dan juga seperti buku yang menunjang atau searah dengan topik yang diangkat.

b. Sumber Data

Hal yang dimaksud disini adalah mengenai penelitian kali ini akan menggunakan data primer dan data sekunder. Hasil wawancara dapat diklasifikasikan menjadi data primer, sedangkan data – data seperti jurnal, buku, pernyataan resmi dapat diklasifikasikan sebagai data sekunder. Mengingat bahwasanya topik mengenai ini masih dinilai kurang dalam penulisannya, sehingga dimungkinkan penulis akan mengambil sumber data yang berasal dari *website* yang kredibel untuk menunjang perolehan data.

4. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, penulis kemudian menggunakan teknik studi literatur yang didukung juga tentang studi kasus, penulis menentukan jenis pendekatan, mengidentifikasi kasus, melakukan pengumpulan data, melakukan analisa, dan pengambilan kesimpulan akhir. Pendekatan yang dimaksud ialah studi kasus terkait objek penelitian yaitu penggunaan suatu produk makanan

untuk memperkuat gastrodiplomasi. Berdasarkan Miles dan Huberman, setelah melakukan pengumpulan data, kegiatan analisis akan meliputi tiga hal diawali dengan reduksi data, kemudian dilanjutkan penyajian data, dan ditutup dengan penarikan kesimpulan.^{xv}

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan Teknik reduksi data dalam penelitian. Dimana, reduksi data ini adalah proses pemilahan kata, sehingga dapat disajikan hasil penelitian yang lebih bersifat baik ketika ditarik sebuah kesimpulan dalam penelitian. Dimana, peneliti akan mengambil sumber – sumber yang memang relevan dan juga kredibel terhadap isu yang sedang diambil dalam penelitian ini.

Selanjutnya, peneliti akan berusaha menyajikan data yang akurat terkait penelitian ini. Data tersebut terkait dengan latar belakang aktor-aktor menjadikan tempe sebagai produk yang digunakan dalam potensi gastrodiplomasi, pemilihan suatu negara sebagai sasaran diplomasi publik yang dilaksanakan, upaya yang dilakukan oleh aktor dalam mesukseskan tujuan yang ingin dicapainya. Hingga pada akhirnya, yakni kesimpulan terkait peneliti akan berusaha untuk menyimpulkan mengenai apa saja yang telah dibahas dan diteliti dalam penelitian ini, sehingga kesimpulan ini dapat menjawab rumusan masalah yang telah diajukan.

commit to user

H. Hasil yang ingin dicapai

Dalam melaksanakan penelitiannya, peneliti memiliki hasil yang ingin dicapai yakni untuk memberikan hasil penelitian ilmiah yang menerangkan bahwa terdapat warga negara Indonesia yang berupaya untuk menghasilkan potensi gastrodipomasi Indonesia melalui tempe yang dilaksanakan di berbagai wilayah negara lain. Kemudian, dengan penelitian ini ingin melihat bagaimana sebenarnya pemerintah dalam memaksimalkan potensi ini.

I. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian Bab I memberikan gambaran terkait kerangka berpikir dasar dari penelitian yang terdiri atas latar belakang; rumusan masalah; batasan masalah; tujuan dan manfaat dari peneliti; studi literatur; kerangka konseptual; metode penulisan, hasil yang ingin dicapai; dan sistematika penulisan. Dengan adanya kerangka berpikir dasar ini akan memudahkan untuk memberikan gambaran mengenai analisis isu yang diangkat dalam penelitian ini.

BAB II: PENYAJIAN DATA

Pada Bab II, peneliti akan menyajikan data-data berkaitan dengan kasus yang akan dianalisis, diantaranya data mengenai hasil wawancara, alasan aktor dalam penelitian memilih tempe dan lokasi sebagai acuan dalam melaksanakan upaya gastrodipomasi dan juga diplomasi publik.

commit to user

Yang kemudian, data – data ini nantinya akan dilakukan analisis guna menjawab rumusan masalah.

BAB III: ANALISIS

Pada Bab III, peneliti akan menjelaskan bagaimana upaya memperkuat gastrodipomasi Indonesia menggunakan Tempe melalui hasil analisa mengenai indikator – indikator yang telah disebutkan, seperti latar belakang, alasan, tujuan dari Rustono, hingga melihat bagaimana lingkup publik negara lain dalam menerima produk tempe yang ada di negara mereka. Hal ini juga tidak terlepas dari penggunaan teori yang telah ditentukan untuk menganalisis data yang telah didapatkan.

BAB IV: PENUTUP

Dalam hal ini peneliti akan memaparkan kesimpulan yang didapat dari hasil analisis serta manfaat yang didapatkan dari penelitian yang telah dilaksanakan dalam skripsi ini.

Endnotes

-
- ⁱ Van Kim Hoang Ha. 2016. "PERAN DIPLOMASI BUDAYA DALAM MEWUJUDKAN KOMUNITAS SOSIAL-BUDAYA ASEAN: KASUS VIETNAM". Jurnal Ilmiah Kependidikan, Vol. X, No.1. Vietnam National University Ho Chi Minh City.
- ⁱⁱ Arya Nurwitasari. 2015. "PENGARUH WISATA GASTRONOMI MAKANAN TRADISIONAL SUNDA TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG KE KOTA BANDUNG". BARISTA Vol.2, No.1.
- ⁱⁱⁱ Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, Reni Nuraeni. 2019. *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. ProTVF, Volume 3, No. 1, 2019, hlm 68-80.
- ^{iv} The Economist. 2002. "Food as ambassador: Thailand's gastro-diplomacy". <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy>
- ^v Nugrah Novita Nurarbani. 2018. "Upaya Thailand Menggunakan Halal Food sebagai Soft Power Negara". Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/19567/11.%20Naskah%20Publikasi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ^{vi} 2016. KBRI Copenhagen Denmark. *Diplomasi Kuliner dan Budaya Indonesia melalui Asian Culture Festival di Denmark*. <https://www.kbriph.dk/index.php/berita-kegiatan/10-home/21-diplomasi>
- ^{vii} Adirini Pujayanti merupakan seorang Peneliti Madya Bidang Masalah-Masalah Hubungan Internasional yang berasal dari Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR.
- ^{viii} Andi Annisa Dwi Rahmawati. 2016. "Proses Fermentasi pada Pembuatan Tempe". detikFood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3300175/begini-proses-fermentasi-pada-pembuatan-tempe>
- ^{ix} William Shurtleff dan Akiko Aoyagi. 2004. "History of Tempeh". Soyfoods Center. <https://www.soyinfocenter.com/HSS/tempeh1.php>
- ^x Tentang Kyoto. 2014. "Rusto's Tempeh: Membangun Impian Dengan Tempe". Tentang Kyoto. <https://tentangkyoto.com/2014/08/19/rustos-tempeh-membangun-impian-dengan-tempe/>
- ^{xi} Batam Pos. 2013. *Kegigihan Rustono Raja Tempe asal Indonesia di Jepang*. <http://batampos.co.id/2013/08/31/kegigihan-rustono-raja-tempe-asal-indonesia-di-jepang/>
- ^{xii} Jr, Joseph. S. Nye. 2008. "Public Diplomacy and Soft Power". American Academy of Political and Social Science Sage Publications, Inc.
- ^{xiii} Adirini Pujayanti. 2017. "GASTRODIPLOMASI – UPAYA MEMPERKUAT DIPLOMASI INDONESIA". Jurnal DPR RI: Politika Vol. 8 No. 1 Mei 2017.
- ^{xiv} John W. Creswell. 2012. "Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed: Edisi Ketiga" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,) hal. 4
- ^{xv} John W. Creswell. 2015. "Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,) hal. 135