

**GASTRODIPLOMASI INDONESIA: PERAN IGC (*INDONESIAN
GASTRONOMY COMMUNITY*) DALAM MENGENALKAN KULINER
NUSANTARA DI MANCANEGARA TAHUN 2020-2023**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun oleh:

SAFERAUWATY INA KUMA FLORENSIA

07041382025171

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

GASTRODIPLOMASI INDONESIA: PERAN IGC (*INDONESIAN GASTRONOMY COMMUNITY*) DALAM MENGENALKAN KULINER NUSANTARA DI MANCANEGARA TAHUN 2020-2023

SKRIPSI

Oleh:

SAFERAUWATY INA KUMA FLORENSIA

07041382025171

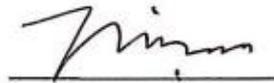
Telah Dipertahankan di Depan Penguji

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Pada Tanggal Mei 2024

Pembimbing

Dr. Zulfikri Suleman, MA.

NIP. 195907201985031002



Penguji I

Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si

NIP. 198708192019031006



Penguji II

Sari Mutiara Aisyah, S.IP., MA

NIP. 199104092018032001



Mengetahui,

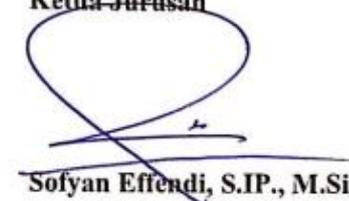
Dekan FISIP UNSRI



Prof. Dr. Alfitri, M.Si

NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si

NIP. 197705122003121003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saferauwaty Ina Kuma Florensia

NIM : 07041382025171

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi saya yang berjudul **“GASTRODIPLOMASI INDONESIA: PERAN IGC (INDONESIAN GASTRONOMY COMMUNITY) DALAM MENGENALKAN KULINER NUSANTARA DI MANCANEGARA TAHUN 2020-2023”** ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 tentang pencegahan dan penanggulangan plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung saksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 22 April 2024

Yang membuat pernyataan



Saferauwaty Ina Kuma Florensia

07041382025171

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada orang tua, kedua saudara saya yang telah memberikan begitu banyak motivasi, doa, perhatian dan semangat. Terima kasih kepada dosen pembimbing, serta teman-teman saya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan.

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam dan rempah-rempah yang berlimpah, bahkan diberi julukan *the mother of spices* karena banyaknya rempah-rempah yang tersebar di Indonesia.. Banyaknya rempah-rempah yang tersebar di Indonesia memperkuat potensi kuliner nusantara yang memiliki cita rasa rempah-rempah yang kuat dan khas untuk mengembangkan gastrodiplomasi Indonesia, tentu hal ini perlu dimanfaatkan dengan baik dan dipertahankan kualitasnya. Namun, hal tersebut tidak membuat kuliner nusantara banyak dikenali di mancanegara, tidak hanya masyarakat mancanegara, masyarakat Indonesia pun seringkali melupakan potensi kuliner nusantara. Munculnya gastrodiplomasi yang menggunakan kuliner sebagai alat diplomasi damai, saat ini menjadi strategi yang sudah digunakan oleh berbagai negara di dunia internasional termasuk Indonesia. *Indonesian Gastronomy Community* atau IGC sebagai salah satu aktor non-negara yang berkerjasama dengan aktor negara atau Pemerintah Indonesia dalam menjalankan Gastrodiplomasi Indonesia melalui pengenalan kuliner nusantara di mancanegara sepanjang tahun 2020 hingga 2023. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan perolehan data melalui hasil wawancara , studi literatur dan dokumentasi. Penulis juga menggunakan konsep peran dan gastrodiplomasi dalam melihat implementasi dari IGC beserta aktor negara mengembangkan gastrodiplomasi Indonesia. Perkembangan gastrodiplomasi Indonesia sepanjang tahun 2020 hingga 2023 tidak terlepas dari adanya peran IGC dan aktor gastrodiplomasi lainnya, berbagai hambatan dan tantangan bagi gastrodiplomasi Indonesia perlu diatasi agar memberikan dampak yang bermanfaat bagi masyarakat dan kepentingan nasional Indonesia itu sendiri.

Kata Kunci: Gastrodiplomasi, IGC, Indonesia, Indonesian Gastronomy Community, Kuliner

Disetujui Oleh,

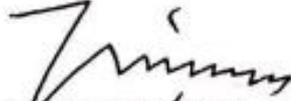
Ketua Jurusan,

Sofyan Effendi, S.IP, M.SI
NIP.197705122003121003

Palembang, 16 April 2024

Mengetahui,

Pembimbing


Dr. Zulfikri Suleman, M.A
NIP.195907201985031002

ABSTRACT

Indonesia is a country that has abundant natural wealth and spices, it is even given the nickname the mother of spices because of the many spices spread across Indonesia. The large number of spices spread across Indonesia strengthens the culinary potential of the archipelago which has the taste of spices. A strong and distinctive spice to develop Indonesian gastrodiplomacy, of course this needs to be utilized well and its quality maintained. However, this does not mean that Indonesian culinary delights are widely recognized abroad, not only foreign people, Indonesian people also often forget the potential of Indonesian culinary delights. The emergence of gastrodiplomacy, which uses culinary delights as a tool of peaceful diplomacy, is currently a strategy that has been used by various countries internationally, including Indonesia. Indonesian Gastronomy Community or IGC is one of the non-state actors collaborating with state actors or the Indonesian Government in carrying out Indonesian Gastrodiplomacy through the introduction of Indonesian culinary delights abroad throughout 2020 to 2023. In this research, the author uses qualitative research methods by obtaining data through results. interviews, literature studies and documentation. The author also uses the concepts of role and gastrodiplomacy in looking at the implementation of the IGC and state actors in developing Indonesian gastrodiplomacy. The development of Indonesian gastrodiplomacy throughout 2020 to 2023 cannot be separated from the role of the IGC and other gastrodiplomacy actors. Various obstacles and challenges for Indonesian gastrodiplomacy need to be overcome in order to have a beneficial impact on society and Indonesia's national interests themselves.

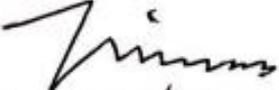
Keywords: *Gastrodiplomacy, Indonesian, Culinary, Indonesian Gastronomy Community, IGC*

Approved by,
Head of Department,

Sofyan Effendi, S.IP, M.SI
NIP.197705122003121003

Palembang, 16 April 2024

Acknowledged by,
Advisor


Dr. Zulfikri Suleman, M.A
NIP.195907201985031002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Gastrodiplomasi Indonesia: Peran IGC dalam Mengenalkan Kuliner Nusantara di Mancanegara tahun 2020-2023”. Dengan adanya penulisan skripsi ini dilaksanakan agar penulis dapat memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis sangat menyadari bahwa tanpa adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari awal perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi ini, penulis akan memiliki hambatan dan kesulitan yang tidak dapat penulis atasi sendiri. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang berperan dalam penyelesaian skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof Dr. Alfitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
3. Bapak Sofyan Effendi, S. IP., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Bapak Ferdiansyah Rivai, S. IP., MA, selaku Sekretaris Jurusan program Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
5. Ibu Sari Mutiara Aisyah, S. IP., MA, selaku Pembimbing Akademik penulis yang senantiasa memberikan berbagai masukan dan bimbingan selama masa perkuliahan sekaligus Dosen penguji II yang telah membantu penulis melalui kritik, saran dan masukan yang bermanfaat selama sidang demi penyempurnaan skripsi ini sehingga dapat bermanfaat kedepannya.
6. Bapak Dr. Zulfikri Suleman, MA, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan, semangat serta menjadi tempat diskusi terbaik selama masa penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak Dr. Muchammad Yustian Yusan selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan berbagai kritik dan saran yang bermanfaat bagi skripsi ini sehingga dapat bermanfaat kedepannya.

8. Ibu Ria Musiawan selaku Ketua Umum Indonesian Gastronomy Community atau IGC yang telah meluangkan waktunya untuk dalam memberikan informasi melalui wawancara penulis terkait data yang diperlukan dalam proses pengumpulan data penelitian untuk menyusun skripsi ini.
9. Kak Masayoe Adinda selaku Mahasiswa Pertukaran asal Irlandia yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya dalam memberikan informasi dan data yang penulis perlukan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Papi, Mami dan Mama. Terima kasih atas banyaknya dukungan serta motivasi yang diberikan sepanjang perjalanan perkuliahan ini. Mami, semasa hidupnya selalu memberikan kasih sayang, nasihat, doa yang tiada henti yang akan selalu penulis ingat sehingga penulisan tugas akhir serta perkuliahan ini dapat selesai, *I love u forever and I miss u mom*. Papi dan Mama, terima kasih atas motivasi, semangat dan doa yang selalu diberikan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat selesai.
11. Adik-adik penulis, Agung dan Rifqi yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini
12. Sahabat tercinta yaitu Shinta, Tiara, Viones, Rizka, Dedes, Ica, Eca, Umik, Indah dan Prita yang selalu menemani penulis dan selalu mendengarkan keluh kesah selama masa-masa terpuruk di masa remaja ini, selalu memberikan dukungan, saran, kritik dan semangat yang tak henti-hentinya sehingga penulis mampu mencapai titik ini.
13. Teman-teman seperjuangan HI 2020, terutama kelas A yang selalu memberikan dukungan dan semangat sejak awal perkuliahan hingga sampai pada titik penyusunan skripsi ini, semoga kita semua dapat lulus tepat waktu dari Universitas Sriwijaya.
14. Teman-teman magang DPRD Provinsi Sumatera Selatan yaitu Pebby, Anin, Clarissa, Iin, Restu, Abil, Arya, Ridho, Koko, Fajar, Nicholas yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini
15. Teman semasa SMA terutama Micin Squad yaitu Puyun, Deti, Silla yang hingga kini selalu memberikan dukungan meskipun sibuk dan tetap berusaha meluangkan waktu untuk berkumpul dan memberikan semangat.
16. Handayani Squad yaitu Kak Kiki, Kak Ari, Riyan, Kak Uga, Yuk Dea, Dela, Mega yang menemani dan memberikan dukungan sejak awal perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
17. Elvinna Jasica P dan Shofy Nafisa, teman seperjuangan semasa kuliah yang menemani sejak awal perkuliahan, yang selalu memberikan dukungan dan mengingatkan perkuliahan hingga berada di tahap penyusunan skripsi ini.

18. Serta seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang dalam berjuang menempuh pendidikan.
19. Kepada diri saya sendiri terimakasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun, saya bangga pada diri saya sendiri bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani.
20. Last but not least, untuk NCT dan Seventeen yang telah menemani dan memberikan motivasi kepada saya selama saya kesulitan dalam perjalanan perkuliahan melalui lagu-lagunya. Terkhususnya dengan motivasi dari Renjun, Jeonghan, The8, Yuta, Jungwoo.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan menjadi sumbangan nyata bagi pihak yang memerlukannya.

Palembang, 16 April 2024

Penulis,

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3 1 Fokus Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 1 LOGO IGC.....	57
Gambar 5.1. 2 Pembentukan IGC	57
Gambar 5.1. 3 SK Pembentukan IGC oleh MenKeh.....	58
Gambar 5.1. 4 Indonesian Cooking Festival	62
Gambar 5.1. 5 Mini Festival Sate	63
Gambar 5.1. 6 Festival Polandia	64
Gambar 5.1. 7 Gastronomosia 2021.....	66
Gambar 5.1. 8 Gastronomosia 2022.....	67
Gambar 5.1. 9 Gastronomosia 2023.....	69
Gambar 5.1. 10 Hari Gizi Nasional	70

DAFTAR SINGKATAN

KBRI	: Kedutaan Besar Republik Indonesia
KJRI	: Konsulat Jenderal Republik Indonesia
ISUTW	: Indonesian Spice Up the World
IGC	: Indonesian Gastronomy Community
BRIN	: Badan Riset dan Inovasi Nasional
ASEAN	: Association South East Asian Nation
KEMENLU	: Kementrian Luar Negeri
KEMENPAREKRAF	: Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
HACCP	: Hazard Analysis and Critical Control Points
WHO	: World Health Organization
WNI	: Warga Negara Indonesia
WNA	: Warga Negara Asing
IGA	: Indonesian Gastronomy Association

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran teks wawancara.....119

Lampiran teks wawancara.....122

DAFTAR ISI

GASTRODIPLOMASI INDONESIA: PERAN IGC (<i>INDONESIAN GASTRONOMY COMMUNITY</i>) DALAM MENGENALKAN KULINER NUSANTARA DI MANCANEGARA TAHUN 2020-2023	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	17
PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang.....	17
1.2 Rumusan Masalah	27
1.4 Manfaat Penelitian	27
1.4.1 Manfaat Praktis	27
1.4.2 Manfaat Teoritis	28
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Peran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Konsep Gastrodiplomasi	Error! Bookmark not defined.
2.3 Alur Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Argumentasi Utama	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Definisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Gastrodiplomasi	Error! Bookmark not defined.
3.3 Fokus Penelitian3.3 Fokus Penelitian 1.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Unit Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.

3.5.1 Jenis data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Studi Literatur atau Studi Kepustakaan	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....	Error! Bookmark not defined.
GAMBARAN UMUM	Error! Bookmark not defined.
4.1 Sejarah Perkembangan Kuliner Nusantara	Error! Bookmark not defined.
4.2 Perjalanan Gastrodiplomasi Kuliner Nusantara.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hambatan dan Tantangan Gastrodiplomasi Kuliner Nusantara..	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Hambatan dalam Gastrodiplomasi Kuliner Indonesia	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Tantangan dalam Gastrodiplomasi Kuliner Indonesia.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Peran Indonesian Gastronomy Community (IGC) dalam Mengenalkan ...	Error! Bookmark not defined.
defined.	
Kuliner Nusantara di Mancanegara tahun 2020-2023	Error! Bookmark not defined.
5.1.1 Sejarah <i>Indonesian Gastronomy Community</i> atau IGC	Error! Bookmark not defined.
5.1.2 VISI dan MISI Indonesian Gastronomy Community atau IGC	Error! Bookmark not defined.
5.1.3 Fungsi dan Tiga pilar utama IGC	Error! Bookmark not defined.
5.1.4 IGC Melakukan Gastrodiplomasi ke Masyarakat Lokal dan Mancanegara..	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
5.1.5 IGC Melakukan Branding melalui Pemahaman Budaya Kuliner	Error! Bookmark not defined.
defined.	
5.1.6 IGC Melakukan Kerja Sama dengan Para Aktor.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Melihat Peran Aktor Non-negara dalam mengenalkan Kuliner Nusantara di Mancanegara	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
5.3 Analisis Peran Indonesian Gastronomy Community (IGC) dalam Gastrodiplomasi Indonesia Di Mancanegara Tahun 2020-2023.....	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
BAB VI.....	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
6.1 KESIMPULAN.....	Error! Bookmark not defined.
6.2 SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gastrodiplomasi sebagai bagian dari diplomasi publik dan diplomasi budaya merupakan alat untuk memperbaiki citra bangsa atau negara dengan cara memperkenalkan budaya kepada publik dan masyarakat luas di kancah internasional melalui makanan atau kuliner sebagai visualisasi dari suatu negara. Kata gastronomi dan diplomasi merupakan *terminology* atau istilah dari kata gastrodiplomasi, yang secara etimologis kata gastronomi berasal dari Yunani kuno yaitu, studi tentang makanan dan budaya, dalam hal ini mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan kemampuan merasakan, mengecap dan menikmati.

Kemudian, dalam buku diplomasi karya *S. L Roy* yang memberikan beberapa poin mengenai definisi diplomasi dari penulis lain yaitu sebagai negosiasi atau proses berunding demi mencapai kesepakatan antar keduanya, sebagai kepentingan suatu negara dan sebagai kebijakan dari sistem luar negeri dan perwakilan antarnegara. Adapun menurut ahli, *Paul S. Rockower* yang menjelaskan bahwa gastrodiplomasi adalah kombinasi diplomasi budaya, diplomasi kuliner dan *nation branding* yang membentuk diplomasi publik dengan tujuan budaya asing dapat dirasakan dan dinikmati. Dalam membangun citra yang baik dihadapan masyarakat internasional, tiap negara perlu menggunakan cara mudah untuk diterima seperti menggunakan kuliner sebagai potensi dalam memperkenalkan ragam dan budaya yang diminati dunia internasional.

Gastrodiplomasi sebagai strategi yang ampuh untuk mengkomunikasikan nilai, identitas serta sikap suatu negara sebagai sesuatu yang penting dalam memberikan kesan yang baik terhadap suatu negara demi menarik minat dan serta reputasi negara melalui makanan atau kuliner sebagai alat yang efektif. (Ratri, 2018) Indonesia merupakan negara yang begitu banyak menghasilkan rempah-rempah terbaik karena sangat mudah untuk

membudidayakan rempah di lahan subur yang dimiliki Indonesia, hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan kuliner serta budaya yang sangat beragam. Pendekatan melalui kuliner menjadi daya tarik dalam mengenal suatu negara karena kuliner memberikan rasa penasaran bagi publik asing yang ingin mengetahui identitas budaya negara sehingga menciptakan harapan dalam berinteraksi dan kerjasama dengan negara-negara di dunia internasional. (Aprilia & Salsabila, 2021)

Dalam konteks hubungan antarnegara, gastrodiplomasi merujuk pada konsep *soft diplomacy* yang termasuk dalam konsep *Soft power* pada studi Ilmu Hubungan Internasional dan pertama kali diperkenalkan oleh *Joseph S, Nye* yang menyatakan bahwa “*the ability to get what you want through attraction rather than through coercion or payments*”, dalam hal ini berarti *soft power* suatu negara didapatkan melalui ketertarikan yang didasarkan pada tiga sumber yaitu politik, kebudayaan dan kebijakan luar negeri suatu negara. *Soft-power* memberikan penawaran terhadap alternatif yang bersahabat untuk mencapai kepentingan nasional negaranya dan melalui cara damai ini, *soft-power* seringkali mudah untuk diterima oleh negara yang dituju atau dijadikan target dalam kepentingan nasional.

Adapun salah satu konsep dalam *soft-power* yaitu strategi *soft-diplomacy* yang digunakan oleh berbagai negara di dunia internasional termasuk Indonesia adalah gastrodiplomasi melalui kuliner. Dalam mencapai tujuan negaranya, *soft-diplomacy* digunakan sebagai alat untuk mendapatkan kepentingan nasional dengan damai tanpa kekerasan, dalam hal ini diplomasi tidak hanya dilakukan oleh negara sebagai aktor dalam hubungan internasional namun non-aktor seperti perusahaan internasional, lembaga non-pemerintah, masyarakat serta individu. Penggunaan *soft-diplomacy* merupakan alternatif untuk mempengaruhi orang atau suatu organisasi sehingga dapat merubah cara pandang masyarakat internasional terhadap suatu negara, karena melalui gastrodiplomasi, budaya

suatu negara digambarkan melalui kuliner yang memiliki kesan tersendiri bagi penikmat budaya melalui makanan sehingga *nation branding* yang diciptakan mampu meningkatkan kerja sama antarnegara. Gastrodiplomasi termasuk ke dalam bagian dari diplomasi kebudayaan karena karakteristik penting yang dimiliki budaya yaitu perlu dipelajari, dibagikan dan dilestarikan. (Pujayanti, 2017) Munculnya gastrodiplomasi pada awalnya terjadi karena adanya kepopuleran dari teori dan konsep gastrodiplomasi oleh Rockower yang menyatakan bahwa Thailand sebagai pelopor pelaksanaan gastrodiplomasi telah memberikan pengaruh budaya negaranya kepada masyarakat internasional melalui kuliner. Melalui “*Global Thai Programme*” asal Thailand pada tahun 2002 yang memperkenalkan kuliner serta kebudayaan Thailand ke negara-negara lain, hal ini telah menjadi momentum yang menyebabkan gastrodiplomasi semakin populer dan diikuti oleh negara-negara lain seperti Denmark, Swedia, Norwegia, Jepang, Malaysia, Korea Selatan, Peru bahkan Indonesia. (USC Center on Public Diplomacy, 2015)

Kuliner nusantara tidak lepas dari perjalanan berkembangnya gastrodiplomasi atau diplomasi kuliner di Indonesia dalam mengenalkan dan membentuk identitas negara di mancanegara. Indonesia sebagai negara penghasil rempah-rempah dan menurut catatan sejarah telah diburu oleh berbagai penjelajah rempah yang berasal dari Tiongkok, Arab, India bahkan Eropa yang telah menelusuri pusat rempah dan menjelajahi jalur maritime sejak 200 SM. Pada abad ke-6, para penjelajah atau saudagar arab yang berada di pusat rempah yaitu nusantara, telah menjadi pengendali rempah-rempah dan berperan dalam memperdagangkan rempah ke pasar Eropa, tentu saja *the island of spices* atau Nusantara ini disembunyikan oleh pengendali rempah asal arab dari pasar Eropa untuk mengendalikan harga komoditi di pasaran dunia. Melalui perjalanan panjang, pada abad ke-15 atau abad rempah terjadi transformasi karena pada awalnya rempah yang hanya diketahui sebagai obat, pada abad ini rempah-rempah dijadikan sebagai penambah kelezatan atau cita rasa

pada hidangan kerajaan di Inggris dan Perancis. Rempah-rempah semakin populer di kehidupan bangsa Eropa dan memberikan dampak yang menyebabkan industri gula semakin berkembang pesat di kepulauan. Kemudian monopoli rempah pada abad ke-17 oleh Belanda melalui perusahaan dagang VOC dan berakhir pada abad ke-18, tentu tidak membuat pengaruh Belanda ikut runtuh atau berakhir. Gastronomi mulai di praktekkan oleh orang-orang Belanda yang tinggal di Jawa, kemudian terbentuklah berbagai pengetahuan mengenai seni memasak berdasarkan buku-buku asal Eropa, salah satunya berjudul *Physiologie du gout* (fisiologi rasa) karya Brillat Savarin asal Perancis yang disentuh oleh orang Belanda mengenai menghidangkan makanan kemudian berpengaruh terhadap kuliner Indonesia. Sebab itu, munculnya gastronomi Indonesia tidak lepas dari adanya intervensi kolonial Belanda yang berusaha untuk menciptakan pembaruan dua kebudayaan kuliner yaitu boga Belanda dan boga pribumi.

Kedua akulturasi kebudayaan yang sangat kental tersebut tentu sangat berpengaruh sehingga tidak heran bahwa kebudayaan Jawa menjadi pengaruh dalam garis seni makanan Indonesia. Namun pada abad ke-19, secara perlahan perdagangan rempah-rempah terjadi kemunduran dan memasuki abad ke-20, muncul upaya untuk memajukan gastrodiplomasi Indonesia oleh Pemerintah melalui proyek Mustika Rasa mengenai kuliner nusantara yang dibuat melalui riset dan bukan hanya membicarakan cita rasa namun juga berisi informasi mengenai nilai kesehatan. Mustika rasa sebagai awal mula perjuangan gastronomi Indonesia, merupakan kitab atau resep berisi rujukan makanan atau kuliner khas Indonesia yang muncul sebagai sanggahan dari pemberitaan media asing mengenai kritik bahwa Indonesia merupakan negara miskin dan kelaparan akibat krisis pangan, upaya ini dilakukan untuk mengola makanan sehingga berdampak baik bagi keamanan pangan, Namun pada akhirnya proyek ini tidak berkembang pada orde selanjutnya. (Baskoro, 2022)

Gastrodiplomasi Indonesia semakin berkembang ketika rendang dan nasi goreng asal Indonesia dinyatakan sebagai makanan terlezat nomor satu di dunia pada tahun 2011 melalui survey 35.000 narasumber dunia melalui situs global *CNNgo*. Peristiwa ini telah memberikan dampak yang baik bagi popularitas kuliner nusantara di mancanegara, adanya momentum ini dimanfaatkan dengan baik oleh aktor atau pelaku gastrodiplomasi Indonesia untuk semakin mengenalkan kuliner nusantara. Proses dikenalnya rendang sebagai identitas kuliner asli Indonesia tentu tidak terlepas dari penerapan yang dilakukan William wongso sebagai *chef* asal Indonesia yang ikut memperluas kegiatan gastrodiplomasi Indonesia dengan memperkenalkan Rendang pada *World Food Conference* pada tahun 2010 di California, USA. (Kaki Bukit Literasi, 2022) *Chef* William wongso dalam memperjuangkan gastrodiplomasi sebagai diplomasi kuliner sudah tidak dapat diragukan lagi, *chef* William Wongso telah membawa rendang ke berbagai masyarakat mancanegara dan dalam bukunya ia menyatakan bahwa warisan kuliner nusantara tidak dapat dijelaskan dengan ribuan kalimat, meski kuliner nusantara itu berbeda namun cita rasa asli indonesia memiliki kesamaan yang menyatukan semuanya.

Indonesia dengan dukungan lahan dan tanah yang subur, menjadikan Indonesia sebagai negara yang dijuluki “*the mother of spices*” karena begitu beragam dan kaya akan rempah-rempah. Cita rasa yang dihasilkan oleh rempah-rempah asli Indonesia telah memberikan kesan dan identitas tersendiri bagi kuliner nusantara, beragamnya kuliner yang diolah telah menjadi bagian dari budaya indonesia sehingga berbeda dengan kuliner negara lain. (kemlu.go.id, 2021) Kuliner atau *culinary* merupakan istilah dari proses pembuatan, mengolah, menyajikan makanan dengan mengedepankan nilai keestetikaan sehingga kuliner juga termasuk bagian dari budaya suatu bangsa. Kuliner nusantara sebagai bagian dari Indonesia yang memiliki beragam kekayaan budaya dan tradisi telah memberikan potensi bagi kuliner Indonesia untuk memasuki pasar internasional, dilihat dari Rendang

dan nasi goreng yang berada pada peringkat pertama dan kedua dalam survei *CNN World's Best Foods* pada tahun 2011 yang dilakukan dengan 35.000 responden global. Indonesia sebagai pelaku gastrodiplomasi sangat memanfaatkan berbagai kuliner nusantara yang memiliki cita rasa yang dapat dikenal oleh masyarakat internasional, adapun beberapa kuliner nusantara yang diakui sebagai kuliner terenak di dunia global yaitu rendang, nasi goreng, sate, soto, gado-gado, pempek, serabi, pisang goreng, lupis dan cenil serta mie instan. (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2022)

Kuliner nusantara memiliki perjalanan panjang sebelum menjadi peluang dari perjuangan gastrodiplomasi Indonesia, tidak mudah bagi Indonesia untuk membuat simbol atau identitas negara melalui kekayaan kuliner yang beragam dari berbagai pulau serta daerah di Indonesia. Berdasarkan penelitian Guru besar Ilmu dan Teknologi Pangan UGM, Profesor Murdjati-Gardjito menyatakan bahwa seni dapur atau kuliner asal Indonesia terdapat lebih dari 1.500 ragam hidangan yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia sehingga sulitnya menentukan garis seni makanan atau kuliner nusantara khas Indonesia. (Indonesia.go.id, 2022) Kuliner indonesia yang beragam perlu dikenalkan kepada masyarakat luas di dunia internasional dan hal ini perlu peran dari berbagai aktor bukan hanya melibatkan aktor negara atau pemerintah negara Indonesia.

Indonesia sebagai negara yang memiliki warisan budaya kuliner yang beragam, ikut melaksanakan upaya gastrodiplomasi dalam mengenalkan kuliner nusantara ke mancanegara, dan bukan hanya pemerintah Indonesia namun berbagai aktor non-negara ikut berperan dalam mengenalkan dan mempromosikan kuliner nusantara. Dalam meningkatkan upaya gastrodiplomasi, peran aktor negara dan aktor non-negara keduanya memiliki kepentingan untuk mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara, seperti pada era pemerintahan Joko Widodo dalam meningkatkan upaya gastrodiplomasi, pemerintah Indonesia yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencetuskan program

Indonesia Spice Up the World pada November tahun 2020 di Dubai dengan tujuan mengenalkan kekayaan rempah dan masakan khas Indonesia di kancah internasional. (Yogatama, 2021)

Munculnya program pemerintah yaitu *Indonesia Spice Up the World* menjadi kunci dalam memajukan gastrodipomasi Indonesia di mancanegara, Yuana Rochma sebagai direktur Tata kelola Ekonomi Digital Kemenparekraf menyatakan bahwa terdapat perubahan dalam pengembangan pariwisata pada tahun 2022 untuk mengantisipasi gelombang resesi yang terjadi secara global yang dapat menimpa perekonomian Indonesia. Berdasarkan UU no. 24 tahun 2019, ekonomi kreatif menjadi sektor perekonomian yang memiliki nilai tambah kekayaan yang bersumber dari kreativitas manusia dan kuliner menjadi posisi teratas yang paling diminati dari 17 subyektor ekonomi kreatif, sebab itu program *Indonesia Spice Up the World* berupaya untuk menargetkan pembangunan 4.000 restoran kuliner nusantara pada tahun 2024 beserta seperti rendang, nasi goreng, sate, gado-gado dan soto untuk dikenalkan di luar negeri serta meningkatkan potensi ekspor rempah-rempah serta bumbu sebagai komoditas unggulan Indonesia. (Kompas, Rendang yang (ingin) Mendunia, 2018)

Aktor negara seperti peran pemerintah yaitu KBRI dan KJRI Indonesia serta aktor non-negara seperti diaspora indonesia yang ada di berbagai negara juga ikut menjalankan kegiatan gastrodipomasi demi membangun branding kuliner nusantara di mancanegara. Berbagai Festival kuliner nusantara dilakukan oleh aktor negara dan aktor non-negara yang saling bekerja sama untuk mengenalkan atau menjalankan strategi gastrodipomasi Indonesia seperti *Embassy Festival* di Den Haag Belanda, *Indonesia Festival Frankfurt* di Jerman dan *food festival* lainnya yang diisiasikan oleh aktor non-negara seperti diaspora Indonesia diluar negeri didukung oleh KBRI maupun KJRI Indonesia yang sangat

bermanfaat dalam mengenalkan kuliner nusantara, namun hal ini belum dapat memastikan bahwa kuliner nusantara dapat dikenali di pasar internasional.

Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini berbagai negara berlomba-lomba dalam menjalankan strategi gastrodiplomasi sebagai diplomasi damai melalui kuliner khas negara masing-masing, seperti yang dilakukan oleh berbagai negara di Asia yaitu Korea Selatan, Jepang, China, bahkan Thailand yang saat ini mampu membangun lebih dari 18.000 restoran di mancanegara. (Rae, 2023) Keterlibatan peran aktor negara dan non-negara dalam pelaksanaan gastrodiplomasi menjadi hal yang sangat penting dalam mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara, diperlukan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya melestarikan kuliner nusantara sebagai aset budaya yang perlu digali dan dipertahankan popularitasnya agar bernilai ekonomis dan menjadi daya jual terhadap pariwisata dan budaya.

Dalam mengkomunikasikan nilai, identitas dan budaya suatu negara melalui kuliner merupakan alat yang efektif bagi tiap negara agar mempromosikan negaranya ke masyarakat internasional, seperti tujuan dari konsep *soft power* sendiri yaitu mendukung kepentingan nasional dengan meningkatkan rasa ingin tahu negara lain terhadap suatu negara dapat sehingga berbagai negara berlomba untuk membentuk citra baik atau positif sehingga dapat meningkatkan hubungan kerjasama atau kemitraan dengan negara lain. (Ghafiqi, 2023) Sebab itu, bukan hanya tugas pemerintah sebagai aktor negara dalam melaksanakan gastrodiplomasi Indonesia, peran aktor non-negara juga dapat memberikan dampak yang sangat penting dalam mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara sehingga memajukan gastrodiplomasi demi mencapai kepentingan nasional. (Kompas, Kisah Manis Kuliner Nusantara, 2017)

Indonesian Gastronomy Community atau IGC merupakan aktor non-negara sebagai pelaku gastrodiplomasi Indonesia yang dibentuk pada tahun 2020 sebagai komunitas resmi

yang menjadi pelestari budaya makanan dan minuman Indonesia yang memiliki motto “Selera Indonesia Untuk Dunia”. Ria Musiawan sebagai ketua umum dari komunitas *Indonesian Gastronomy Community* menyampaikan bahwa IGC memiliki visi misi dalam mengenalkan, melestarikan, memajukan, menguatkan kuliner Indonesia beserta nilai budaya serta narasi yang terkandung demi memajukan gastrodiplomasi Indonesia. (kagama.id, 2020) Dalam mengembangkan gastrodiplomasi Indonesia melalui IGC sebagai aktor non-negara tentu saja melibatkan berbagai partisipan dalam menjalankan visi dan misi dari IGC itu sendiri, dengan mencapai 200 orang anggota yang tergabung dalam komunitas ini, Ria Musiawan sebagai Ketua umum IGC bersyukur karena keterlibatan berbagai masyarakat dari tokoh pejabat, akademisi, pemilik restoran yang ikut tergabung dalam mendukung gastrodiplomasi Indonesia. Pengembangan gastrodiplomasi Indonesia yang dilakukan oleh aktor negara seperti pemerintah dan adanya keterlibatan aktor non-negara seperti IGC diharapkan dapat menjadi upaya yang optimal dalam mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara.

Permasalahannya adalah, Indonesia yang memiliki ragam kuliner nusantara dari berbagai daerah, memerlukan adanya strategi gastrodiplomasi dalam mengenalkan kuliner nusantara di berbagai negara di dunia internasional seperti negara-negara di Asia, Eropa bahkan Timur Tengah. Kekuatan gastrodiplomasi Indonesia yang terletak pada kuliner nusantara dikarenakan Indonesia merupakan negara yang memiliki rempah-rempah berlimpah, dibuktikan dengan data dari *Food and Agriculture* tahun 2021, Indonesia menempati urutan keempat sebagai penghasil rempah-rempah terbesar di dunia. (Rahayu, 2023) Indonesia memiliki banyak peluang dalam mengenalkan kuliner nusantara melalui berbagai peran aktor negara maupun aktor non-negara dengan memanfaatkan tiap kegiatan internasional maupun festival kuliner di mancanegara, hal ini tentu sangat bermanfaat bagi Indonesia dalam meningkatkan kepentingan nasional negara. Namun, dengan adanya

kekuatan dan peluang dalam mengenalkan kuliner nusantara sangat memungkinkan adanya hambatan dan tantangan yang juga harus dihadapi berbagai aktor gastrodiplomasi Indonesia.

Dalam hal ini, pemerintah Indonesia sebagai aktor negara dalam pelaksanaan gastrodiplomasi telah berupaya dengan menciptakan berbagai program, seperti *Indonesia Spice Up the World* dalam memajukan gastrodiplomasi Indonesia demi mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara, potensi kekayaan kuliner nusantara tentu menjadi peluang dalam pelaksanaan gastrodiplomasi Indonesia dan hal ini memerlukan keterlibatan aktor non-negara sebagai pelaku gastrodiplomasi agar saling bekerja sama dengan pemerintah sebagai aktor negara. Hadirnya *Indonesian Gastronomy Community* atau IGC sebagai aktor non-negara yang ikut tergabung untuk melaksanakan gastrodiplomasi Indonesia diharapkan dapat saling bekerja sama dengan berbagai aktor untuk mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara.

Dalam kaitan tersebut, persoalan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah: Bagaimana penjelasan mengenai peran *Indonesian Gastronomy Community* sebagai aktor non-negara dalam mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara pada tahun 2020-2023.

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai hal di atas, penelitian ini akan menempuh dua cara. Pertama, menjelaskan mengenai tantangan maupun hambatan yang sedang dihadapi gastrodiplomasi Indonesia dan keterkaitan IGC sebagai aktor non-negara dalam pelaksanaan gastrodiplomasi Indonesia melalui konsep gastrodiplomasi dalam mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara. Kedua, menjelaskan peran dari *Indonesian Gastronomy Community* sebagai aktor non-negara yang ikut memajukan gastrodiplomasi Indonesia dengan mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara melalui berbagai program dan bekerja sama dengan pemerintah Indonesia sebagai aktor negara dalam

pelaksanaan gastrodiplomasi. Sehubungan dengan hal tersebut, pertanyaannya adalah Bagaimana peran dari IGC (*Indonesian Gastronomy Community*) dalam mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara tahun 2020-2023.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait topik yang dibahas sehingga penulis tertarik untuk merumuskan masalah yaitu:

Bagaimana peran IGC (*Indonesian Gastronomy Community*) dalam mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara tahun 2020-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguraikan peran dari IGC (*Indonesian Gastronomy Community*) sebagai aktor non-negara dalam pelaksanaan gastrodiplomasi indonesia mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara tahun 2020-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yaitu untuk menambah wawasan dan menjadi referensi tambahan bagi aktor atau pelaku gastrodiplomasi Indonesia meliputi aktor hubungan internasional secara individu, pemerintah, organisasi non-pemerintah baik dalam skala nasional, regional hingga internasional mengenai gastrodiplomasi Indonesia sehingga dapat memahami peran dari IGC (*Indonesian Gastronomy Community*) sebagai aktor non-negara dalam mengenalkan kuliner nusantara di mancanegara pada tahun 2020-2023. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pembaca meliputi mahasiswa serta masyarakat terkait upaya gastrodiplomasi indonesia yang melibatkan aktor negara maupun non-

negara sehingga dapat mengambil peluang untuk lebih sadar berusaha memanfaatkan kekayaan kuliner nusantara.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat teoritis yaitu dapat menjadi acuan atau pustaka kedepannya bagi penelitian sejenis ini dan dapat memberikan manfaat untuk perbaikan kualitas dalam suatu penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmiah dalam studi hubungan internasional atau sumber tambahan bagi peneliti-peneliti lainnya dalam melakukan penelitian serupa atau dalam penelitian terkait gastrodiplomasi Indonesia dan peran IGC sebagai aktor non-negara dalam mengenalkan kuliner nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, M. S., & Salsabila, S. N. (2021). Strategi Pangan Berkelanjutan Indonesia Berbasis Archipelago State.
- Arbar, T. F. (2020, Agustus 31). *cnc Indonesia*. Retrieved from CNBC: <https://www.cncindonesia.com/news/20200831070523-4-183144/42-negara-ekonominya-dihancurkan-covid-19-resesi-itu-nyata>
- Aslan, M., Madani, M., & Aksa, N. (2015). PERAN PEMERINTAH DALAM PENGELOLAAN TERMINAL DI TERMINAL REGIONAL DAYA KOTA MAKASSAR . *Jurnal Administrasi Publik*, 198-201.
- Baskoro, R. M. (2022). Kisah Selera dari Negeri Rempah: Memahami Gastrodiplomasi dari Perspektif Indonesia. *Indonesian perspective*.
- BSN. (2023, Februari 28). Retrieved from Badan Standdrasisasi Nasional: <https://www.bsn.go.id/main/berita/detail/16417/implementasi-ia-cepa-maksimalkan-akses-pasar-umkm-indonesia-melalui-standardisasi>
- C, J., & Bauer. (2003). *Role Ambiguity and Role Clarity*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- CNN. (2022, Maret 2022). Retrieved from CNN INDONESIA: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220328135500-262-777007/sandiaga-jelaskan-alasan-rendang-goes-to-europe-diluncurkan-di-bali#:~:text=Program%20Rendang%20Goes%20to%20Europe%20yang%20diluncurkan%20di%20Bali%20pada,Barat%20justru%20diluncurkan%20di%20>
- Diahtantri, P. I., Fathun, L. M., & Ma'arif, D. (2021). STRATEGI GASTRODIPLOMASI INDONESIA MELALUI PROGRAM COBRANDING DIASPORA DI AUSTRALIA TAHUN 2018-2020. *Journal of International Relations*.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding: Concepts, Issues, Praticce*. Elsevier.
- Diplomacy, T. p. (2016). Gastrodiplomasi sebagai Penjuru Diplomasi Ekonomi Indonesia.
- FauzI, A. A. (2022). Gastrodiplomasi Jepang di Indonesia Melalui Japan Restaurant Overseas (JRO).
- Gaffar, E. K. (2022). Hambatan Dalam Pengembangan Gastrodiplomasi Untuk Mencapai Brand Image Kuliner Indonesia di Era Pemerintahan Joko Widodo. *Journal of International and Local Studies*.
- Ghafiqi, A. F. (2023). GASTRODIPLOMASI: STRATEGI INDONESIA DALAM MEMBANGUN NATION BRANDING DI KANCAH INTERNASIONAL. *Journal of International Relations*, 142-145.
- Haag, K. D. (2021, September 05). *Kemenlu*. Retrieved from Kemenlu: <https://kemlu.go.id/thehague/id/news/15797/kuliner-dan-tari-indonesia-ramaikan-embassy-festival-di-belanda>

- Indonesia Travel.* (2022). Retrieved from Wonderful Indonesia: <https://www.indonesia.travel/event/id/categories/culinary/jadwal-ubud-food-festival-2022>
- Indonesia.go.id.* (2022, Januari 9). Retrieved from Portal Informasi Indonesia: <https://indonesia.go.id/kategori/kuliner/3599/tekad-indonesia-membumbui-dunia?lang=1>
- Istanbul, K. (2022, Juni 22). *Kemenu.* Retrieved from Kemenu: <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3713/berita/kuliner-indonesia-sukses-meriahkan-festival-beyoglu-international-flavours>
- Jalurrempah.kemdikbud.* (2021, Maret 19). Retrieved from Jalur Rempah : <https://jalurrempah.kemdikbud.go.id/artikel/jalur-rempah-memuliakan-masa-lalu-untuk-kesejahteraan-masa-depan>
- kagama.id.* (2020, Agustus 16). Retrieved from <https://kagama.id/kahigama-igc-diskusi-citra-indonesia-melalui-gastro-branding-dan-gastro-diplomacy/>
- Kaki Bukit Literasi.* (2022, April 09). Retrieved from [kakibukit.republika.co.id: https://kakibukit.republika.co.id/posts/99964/gastrodiplomasi-indonesia-lewat-rendang](https://kakibukit.republika.co.id/posts/99964/gastrodiplomasi-indonesia-lewat-rendang)
- Kemenu.* (2022, September 26). Retrieved from Kemenu: <https://www.kemlu.go.id/newyork/id/news/21258/pelaksanaan-new-york-indonesian-festival-2022>
- Kememparekraf.* (2021, Agustus 4). Retrieved from Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: <https://www.kememparekraf.go.id/hasil-pencarian/indonesia-spice-up-the-world-kenalkan-rempah-nusantara-ke-mancanegara>
- Kememparekraf.* (2022, Maret 1). Retrieved from Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: <https://www.kememparekraf.go.id/ragam-pariwisata/persiapan-pengembangan-halal-tourism-dan-muslim-friendly-di-indonesia>
- Kememparekraf.* (2023, November 14). Retrieved from Kememparekraf RI: <https://kememparekraf.go.id/berita/siaran-pers-kememparekraf-brin-kolaborasi-kaji-skema-pembiayaan-indonesia-spice-up-the-world>
- Kememparekraf/Baparekraf RI.* (2022, May 05). Retrieved from [kememparekraf.co.id: https://www.kememparekraf.go.id/hasil-pencarian/ragam-makanan-khas-indonesia-dalam-side-event-g20](https://www.kememparekraf.go.id/hasil-pencarian/ragam-makanan-khas-indonesia-dalam-side-event-g20)
- KEMLU.* (2024, Januari 18). Retrieved from Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia: <https://kemlu.go.id/portal/i/read/5692/view/indonesia-terpilih-sebagai-ketua-kelompok-kerja-pariwisata-dan-budaya-asean-korea-centre>
- kemlu.go.id.* (2021, September 27). Retrieved from <https://kemlu.go.id/jeddah/id/news/16316/indonesia-terkenal-sebagai-negara-yang-kaya-akan-rempah-rempah>
- Kompas. (2017, Juni 11). Kisah Manis Kuliner Nusantara.

- Kompas. (2018, Februari 23). *Rendang yang (ingin) Mendunia*, p. 2.
- Kompas. (2018). *KEMENPAR TETAPKAN 5 MAKANAN NASIONAL INDONESIA*. Jakarta: KOMPAS.
- Kompas. (2021, Mei 2). Nasi Goreng Melintas Zaman. *Nasi Goreng Kreativitas tak Berbatas*, p. 1.
- Kompas. (2023, Desember 3). Selera Indonesia Eksis di London.
- Maharani, K. G. (2019). GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN MELALUI PROGRAM HANSIK : KIMCHI DIPLOMACY DI INDONESIA PERIODE 2015-2018 .
- Malik, F. (2018). Wonderful Indonesia in Nusantara Restaurant. *Jurnal Sains Terapan Nusantara*, 66-71.
- mediaindonesia*. (2023, May 24). Retrieved from mediaindonesia.co.id:https://mediaindonesia.com/ekonomi/583824/kememparekraf-kembangkan-bisnis-restoran-indonesia-di-luar-negeri
- Naurah, N. (2022, September 10). *Goodstats*. Retrieved from Good Stats: <https://goodstats.id/article/antara-makanan-modern-dan-tradisional-mana-yang-lebih-digemari-oleh-anak-muda-indonesia-n3CJU>
- Pariwisata Pasca Pandemi, Pemulihan Pasar, Kerja sama dengan Kawasan Amerika: Perlunya Konsolidasi Nasional*. (2021). Badan Strategi Kebijakan Luar Negeri.
- Prameswari, N. K., & Yani, Y. M. (2021). GASTRODIPLOMACY PROJECTION: REKOMENDASI KEBIJAKAN UNTUK KESUKSESAN GASTRODIPLOMASI INDONESIA. *Sosial and Political Sciences Journal*.
- Pratiwi, Y. R. (2022, Februari 24). *djkn kemenkeu*. Retrieved from kemenkeu RI: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-banjarmasin/baca-artikel/14769/Pemulihan-Perekonomian-Indonesia-Setelah-Kontraksi-Akibat-Pandemi-Covid-19.html#:~:text=Berdasarkan%20data%20dari%20Badan%20Pusat,mempunyai%20pengerakan%20yang%20kurang%20stabil.>
- Pujayanti, A. (2017). GASTRODIPLOMASI – UPAYA MEMPERKUAT DIPLOMASI INDONESIA. 38-43.
- Rachman, F. (2016). *Jejak Rasa Nusantara: Sejarah Makanan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rae, M. (2023, June 25). *Foodrepublic*. Retrieved from FOOD REPUBLIC: <https://www.foodrepublic.com/1318428/how-gastrodiplomacy-brought-thai-food-world-stage/>
- Rahayu, A. (2023, November 04). *Good Stats*. Retrieved from goodstats.id: <https://goodstats.id/article/negara-penghasil-rempah-terbesar-di-dunia-indonesia-urutan-5-besar-b2RMc>
- Ratri, G. M. (2018). GLOBAL HANSIK CAMPAIGN AS SOUTH KOREA’S GASTRODIPLOMACY IN 2009-2017.

- Rockower, P. S. (2011, Agustus). Recipes for gastrodiplomacy, Place Branding and Public Diplomacy.
- Royyani, F. (2023, Maret 2). *CNBC Indonesia*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20230301051525-14-417780/mengaromai-kembali-rempah-nusantara>
- Santosa, Y. B., & Irawan, H. (2023). SEJARAH PERKEMBANGAN MAKANAN INDONESIA DARI ABAD KE 10 HINGGA MASA PENDUDUKAN JEPANG.
- SetKab*. (2017, Desember 27). Retrieved from Sekretariat Kabinet Republik Indonesia: <https://setkab.go.id/pesona-indonesiawonderful-indonesia-inspirasi-di-balik-jenama-pariwisata-indonesia/>
- Tourismvaganza*. (2018, November 23). Retrieved from Tourism Vaganza: <https://www.tourismvaganza.com/wonderful-indonesia-gastronomy-forum-2018-upaya-mempopulerkan-kuliner-indonesia/>
- USC Center on Public Diplomacy*. (2015, July 2). Retrieved from uscpublicdiplomacy.org: <https://uscpublicdiplomacy.org/story/eight-great-gastrodiplomacy-nations>
- Yogatama, B. K. (2021). *Indonesia Promosi "Spice Up the World" di Ajang Pameran Dubai*. Jakarta: Kompas. Retrieved from <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/11/03/indonesia-promosi-spice-up-the-world-di-ajang-pameran-dubai>