

**GASTRODIPLOMASI DAN DAMPAKNYA BAGI INDUSTRI  
MAKANAN DI JEPANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan*

*Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)*

*Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional*



**Disusun Oleh**

**SINTA RIZKA DEWAYANI**

**07041181621022**

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**“GASTRODIPLOMASI DAN DAMPAKNYA BAGI INDUSTRI  
MAKANAN DI JEPANG ”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mencempuh  
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Hubungan Internasional**

**Oleh :**

**Sinta Rizka Dewayani**

**07041281621022**

Pembimbing I  
Tanggal

1 Dr. Andries Lionardo, S.IP, M. Si  
NIP. 197905012002121005

Tanda Tangan



-----

Pembimbing II

2 Sari Mutiara Aisyah, S.IP.,MA  
NIP. 199104092018032001



Rabu, 29 Nov 2023

-----

Mengetahui,  
Ketua Jurusan



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

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**“GASTRODIPLOMASI DAN DAMPAKNYA BAGI INDUSTRI  
MAKANAN DI JEPANG**

Skripsi  
Oleh :  
**Sinta Rizka Dewayani**  
**07041181621022**

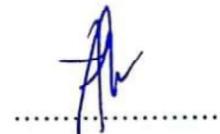
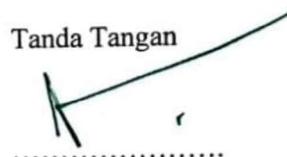
Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal

Pembimbing :

1. Dr. Andries Lionardo, S.IP, M. Si  
NIP. 197905012002121005

2. Sari Mutiara Aisyah, S.IP.,MA  
NIP. 199104092018032001

Tanda Tangan

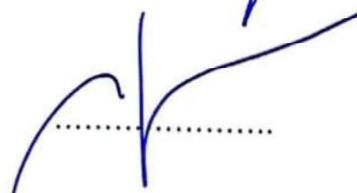


Penguji :

1. Nur Aslamiah Supli, BIAM., M.Sc  
NIP. 19901206201903017

2. Abdul Halim, S.IP, MA  
NIP 199310082020121020

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Ketua Jurusan Ilmu Hubungan  
Internasional

**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**  
NIP. 197705122003121003

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Sinta Rizka Dewayani  
NIM : 07041181621022  
Program Studi : Ilmu hubungan internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “**gastrodiplomasi dan dampaknya bagi industry makanan jepang** “ 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 2010 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 sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

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

Indralaya, 27 Juli 2023



**Sinta Rizka Dewayani**

NIM. 07041181621022

## ABSTRAK

Jepang merupakan Negara yang kaya akan sumber daya alam sehingga mampu memenuhi kebutuhan pangan baik itu domestic maupun internasional . Dengan menggunakan makanan jepang merubah perspektif dunia tentang jepang yang awalnya militeristik menjadi negara yang cinta damai.Washoku sebagai wujud makanan khas yang telah dikenal seluruh dunia setelah terdafranya UNESCO (United nations Educational, scientific dan cultural) pengakuan atas warisan budaya jepang yaitu washoku sebagai warisan budaya tak benda dan diatur oleh pemerintah jepang dibawah departemen pertanian, kehutanan dan perikanan jepang. Jepang dalam menjalankan diplomasi publik yaitu dalam meningkatkan industry makanannya. Penelitian ini membahas bagaimana peran JETRO (japan external trade organization) organisasi non profit yang berusaha untuk mempromosikan kuliner tradisional jepang ke dunia internasional serta meningkatkan ekspor produk jepang sehingga meningkatkan perekonomian. Penelitian ini menggunakan konsep gastrodiplomasi yang dikemukakan oleh Paul Rockwer yaitu national brand awareness, product campaign dan economic investment and trade . Metode penelitian yaitu kualitatif . Sumber data yang dikumpulkan adalah data sekunder berupa artikel, buku,jurnal,website resmi,dan laporan-laporan resmi pemerintah jepang. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara dokumentasi .hasil dari penelitian ini yaitu jepang menjalankan gastrodiplomasinya jepang menjalankan gastrodiplomasi dengan menggunakan washoku yang tujuannya untuk menjadikan persepsi dunia sebagai negara yang mempunyai citra yang positif melalui kuliner . Jepang melibatkan aktor non negara seperti organisasi non profit seperti JETRO (japan external trade organization) yang bertugas Mempromosikan FDI ke jepang, Memperkuat kerjasama dengan pemerintah, Mendukung ekspor produk dan pangan pertanian, kehutanan, dan perikanan jepang, kontribusi pada aktivitas dan kebijakan perdagangan perusahaan jepang melalui survei dan penelitian serta JFOODO (*the japan food product overseas promotion center*) bertujuan untuk meningkatkan ekspor produk pertanian, kehutanan,perikanan,dan makanan jepang dengan memberikan merek dan mempromosikan ke seluruh dunia untuk meningkatkan *national brand awareness* . Dengan serangkaian aktifitas tersebut telah memberikan perkembangan bagi industry makanan jepang melalui kegiatan investasi dan perdagangan .

kata kunci: Diplomasi publik,gastrodiplomasi,industry makanan, jepang .

Dosen pembimbing I

Dr.Antonis Lionardo,S.IP,M.Si  
NIP.197905012002121005

Dosen pembimbing II

Sari Mutiara Aisyah, S.IP.,MA  
NIP. 199104092018032001

Ketua prodi studi ilmu hubungan internasional  
Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik

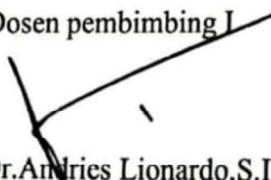
Safyan Effendi,S.IP.,M.Si  
NIP. 196504271989031003

## ABSTRACT

Jepang merupakan Negara yang kaya akan sumber daya alam sehingga mampu memenuhi kebutuhan pangan baik itu domestic maupun internasional . Dengan menggunakan makanan jepang merubah perspektif dunia tentang jepang yang awalnya militeristik menjadi negara yang cinta damai. Washoku sebagai wujud makanan khas yang telah dikenal seluruh dunia setelah terdafranya UNESCO (United nations Educational, scientific dan cultural) pengakuan atas warisan budaya jepang yaitu washoku sebagai warisan budaya tak benda dan diatur oleh pemerintah jepang dibawah departemen pertanian, kehutanan dan perikanan jepang. Jepang dalam menjalankan diplomasi publik yaitu dalam meningkatkan industry makanannya. Penelitian ini membahas bagaimana peran JETRO (japan external trade organization) organisasi non profit yang berusaha untuk mempromosikan kuliner tradisional jepang ke dunia internasional serta meningkatkan ekspor produk jepang sehingga meningkatkan perekonomian. Penelitian ini menggunakan konsep gastrodiplomasi yang dikemukakan oleh Paul Rockwer yaitu national brand awareness, product campaign dan economic investment and trade . Metode penelitian yaitu kualitatif . Sumber data yang dikumpulkan adalah data sekunder berupa artikel, buku,jurnal,website resmi,dan laporan-laporan resmi pemerintah jepang. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara dokumentasi .hasil dari penelitian ini yaitu jepang menjalankan gastrodiplomasi jepang menjalankan gastrodiplomasi dengan menggunakan washoku yang tujuannya untuk menjadikan persepsi dunia sebagai negara yang mempunyai citra yang positif melalui kuliner . Jepang melibatkan aktor non negara seperti organisasi non profit seperti JETRO (japan external trade organization) yang bertugas Mempromosikan FDI ke jepang, Memperkuat kerjasama dengan pemerintah, Mendukung ekspor produk dan pangan pertanian, kehutanan, dan perikanan jepang, kontribusi pada aktivitas dan kebijakan perdagangan perusahaan jepang melalui survei dan penelitian serta JFOODO (*the japan food product overseas promotion center*) bertujuan untuk meningkatkan ekspor produk pertanian, kehutanan,perikanan,dan makanan jepang dengan memberikan merek dan mempromosikan ke seluruh dunia untuk meningkatkan *national brand awareness* . Dengan serangkaian aktifitas tersebut telah memberikan perkembangan bagi industry makanan jepang melalui kegiatan investasi dan perdagangan .

kata kunci: Diplomasi publik,gastrodiplomasi,industry makanan, jepang .

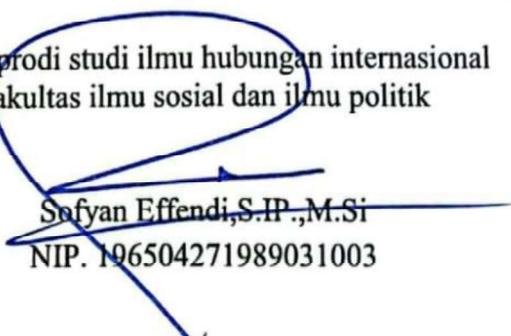
Dosen pembimbing I

  
Dr. Amrius Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP. 197905012002121005

Dosen pembimbing II

  
Sari Mutiara Aisyah, S.IP., MA  
NIP. 199104092018032001

Ketua prodi studi ilmu hubungan internasional  
Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik

  
Sofyan Effendi, S.IP., M.Si  
NIP. 196504271989031003

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas berkat rahmat Allah SWT, Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Segala Sembah, Puji dan Syukur tak berhingga Penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah menciptakan dan Merangkai semua sekenario terbaik dalam hidupku, Alhamdulillah

Skripsi ini Penulis persembahkan kepada :

Kedua Orang tua Penulis, Bapak Andratno, Ibu Miti, Adikku Tercinta Mageza Berliani, Teman Hidup Tersayang Ridho Gantan, yang selalu mendoakan, mendukung, menyemangati, memberikan kasih sayangtak terhingga, kalian motivasi Penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah.

Keluarga besar Penulis yang selalu memberikan dukungan dan menyemangati Penulis,

Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Hubungan Internasional yang telah mengajarkan ilmu dan pengalaman kepada Penulis.

Sahabat dan Teman-teman Seperjuangan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya, Angkatan 2016.

Serta untuk almamaterku tercinta,

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Sriwijaya.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr, Wb.,

Puji syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat, berkah, rahmat, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“GASTRODIPLOMASI DAN DAMPAKNYA BAGI INDUSTRI MAKANAN DI JEPANG”** yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelas Sarjana dalam bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari bahwa tanpa *support*, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, semasa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi Penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya Penulis berikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., IPU., ASEAN. Eng Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP, M. Si Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan pengarahan dalam penyempurnaan skripsi.
5. Ibu Sari Mutiara Aisyah, S.IP.,MA Pembimbing II yang juga telah banyak memberikan pengarahan dan solusi dalam penyempurnaan skripsi.
6. Ibu Nur Aslamiah Supli, BIAM., M.Sc Dosen Penguji 1 yang telah banyak memberikan masukan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik lagi.
7. Bapak Abdul Halim, S.IP, MA Dosen Penguji II yang juga telah banyak memberikan pengarahan dan solusi dalam penyempurnaan skripsi.

8. Orang tua Penulis, Bapak Andratno dan Ibu Miti tercinta, yang telah sabar menunggu Penulis menyelesaikan skripsi, terimakasih untuk semua do'a – do'a, nasehat, dukungan, perjuangan, pengorbanan dan kasih sayang tak berhingga yang selalu di berikan kepada Penulis.
9. Adikku tercinta, Mageza Berliani yang telah memberikan doa serta memberikan dukungan penulis agar ssegera menyelsaikan skripsi.
10. Ridho gantana, Anik Sanita, Mufidah Diftia Agnesi, Desi Susanti, Kristin, Neli, Silvia, Katrin, Rupiah, Naura Afriani yang selalu memberikan doa serta dukungan untuk penulis dikala sedang dalam keadaan susah dan senang.
11. Kepada para pejuang skripsi, Syifa, Eby, Widi, Dimas, Eby, Andreas, Wak doyok, Syabas, Alda, Flora, Della, dan Annida, teman-teman supportive penulis yang selalu saling menyemangati dan memiliki visi-misi bersama dalam menyelesaikan proses perkuliahan dan perskripsian ini.
12. Staff Jurusan, Mbak Sisca dan Kak Dimas yang telah banyak membantu dan selalu Kami repotkan selama proses perkuliahan, terimakasih telah memberikan saran, masukan, dan bantuan Penulis dalam segala urusan administrasi yang diperlukan dengan cepat dan tanggap, semoga Allah SWT membalasnya dengan pahala, kemudahan dan kebahagiaa
13. Kepada teman-teman dan orang-orang terkasih yang belum disebutkan dan tidak mungkin disebutkan satu per satu, Penulis mengucapkan terima kasih telah mewarnai hidup penulis karena peran dari kalian semua, penulis dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

Akhir kata, Penulis berhap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah terlibat dan membantu. Penulis menyadari bahwa Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Hubungan Internasional, dan berguna bagi semua, Aamiin.

Palembang, November 2023

Sinta Rizka Dewayani

NIM. 0741181621022

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABLE.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	3
1.3 Tujuan penelitian .....	3
1.3.1 Tujuan objektif.....	3
1.3.2 Tujuan subyektif.....	3
1.4 Manfaat penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat penelitian teoritis .....	4
1.4.2 Manfaat penelitian praktis .....	4
1.5 Kajian pustaka .....	4
1.6 Landasan Teori .....	10
1.6.1 Kerangka Konsep.....	10
1.7 Alur Pemikiran.....	11
1.8 Argumen Utama.....	12
1.9 Metode Penelitian.....	12
1.9.8 Sistematika penulisan.....	17
BAB 1 PENDAHULUAN .....	17
BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN .....	18
BAB 2.....	19

GAMBARAN UMUM .....	19
2.1 Sejarah makanan jepang .....	19
2.2 Gastrodiplomasi jepang .....	22
2.3 Mengenal makan jepang yaitu <i>Washoku</i> .....	23
2.4 Trend industri makanan jepang .....	25
2.6 Strategi Yang Dilakukan Jepang Dalam Pelaksanaan Gastrodiplomasi.....	32
BAB 3 .....	34
PEMBAHASAN .....	34
3.1 Gastrodiplomasi Jepang .....	34
3.2 Nation Brand Awareness.....	34
3.4 Peran JETRO ( <i>japan external trade organization</i> ) dalam pelaksanaan gastrodiplomasi di jepang .....	35
3.5 Peran JETRO ( <i>Japan External Trade Organization</i> ) Pelaksanaan Gasrodiplomasi Jepang .....	36
3.7 peran JFOODO dalam pelaksanaan gastrodiplomasi di jepang .....	41
1. Strategi JFOODO.....	42
3.8 Dampak Gatrodiplomasi Dalam Industri Makanan Jepang.....	45
3.9 Economic Investment And Trade .....	46
BAB IV.....	49
KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
4.1 Kesimpulan.....	49
4.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50

## DAFTAR TABLE

Table Table 0.1 tinjauan pustaka .....	6
Table 0.2 Fokus penelitian .....	13
Table 0.3 jadwal penelitian .....	16

## DAFTAR GAMBAR

gambar 0.1 Washoku .....	23
gambar 0.2 diagram makanan favorit di seluruh dunia.....	24
gambar 0.3 .....	25
gambar 0.4 .....	25
gambar 0.5 .....	26
gambar 0.6 .....	26
gambar 0.7 .....	27
gambar 0.8 .....	27
gambar 0.9 .....	28
gambar 0.10 .....	28
gambar 0.11 .....	29
gambar 0.12 .....	29
gambar 0.13 .....	30
gambar 0.14 .....	30
gambar 0.15 .....	31
gambar 0.16 .....	31
gambar 0.17 .....	32
gambar 0.18 .....	32
gambar 0.1 .....	36
gambar 0.2 .....	38
gambar 0.3 .....	39
gambar 0.4 .....	39
gambar 0.5 .....	40
gambar 0.6 .....	41
gambar 0.7 .....	41
gambar 0.8 .....	42
gambar 1.1 .....	43
gambar 1.2 .....	44
gambar 1.3 .....	44
gambar 1.4 .....	45
gambar 1.5 .....	47

**Figure 1**

**DAFTAR SINGKATAN**

UNESCO	:	United Nations Educational Scientific And Cultural Organization
JETRO	:	Japan External Trade Organization
JEFODOO	:	The Japan Food Product Overseas Promotion Center
JR0	:	Japanaese Restaurant Overseas
MAFF	:	Ministry Of Agriculture, Forestry And Fisheries
NPO	:	Non-Profit Organization

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Secara umum, diplomasi publik merupakan kegiatan yang dilakukan pemerintah ketika berhadapan dengan atau berkomunikasi dengan publik asing (*public foreigners*). Tujuan dari diplomasi publik itu sendiri adalah untuk mempengaruhi dan mempromosikan perilaku suatu negara karena negara lebih mengedepankan *soft power* sebagai alat penting dalam pelaksanaan diplomasi publik. Jepang menjadi salah satu negara yang mengedepankan diplomasi publik untuk memenuhi kepentingannya.

Diplomasi publik Jepang dimulai dengan kebudayaan pada periode akhir 1950-an dan awal 1960-an yang dimana bertujuan untuk merubah perspektif dunia tentang Jepang yang awalnya militeristik selama terjadinya perang dunia ke-2 menjadi negara yang cinta damai, pejabat Jepang mengutamakan kegiatan budaya seperti upacara minum teh dan seni bunga rangement dengan mengharapkan penyampaian kedamaian, cinta alam ke seluruh dunia. Berlanjut periode di akhir 1960-an dan awal 1970-an, diplomasi kebudayaan Jepang bergeser ke memberikan gambaran Jepang kemajuan ekonomi mencapai tahap baru dan untuk memproyeksikan citra Jepang sebagai teknologi dan ekonomi negara maju. Tahap ketiga dalam evolusi kebudayaan Jepang pada periode 1980-an sebagai negara ekonomi meningkat di internasional dengan “tiga pilar” kebijakan luar negeri Jepang. Pertengahan 1990-an di tahap baru masuknya era globalisasi Jepang mendefinisikan kembali budayanya ke dunia internasional, memproyeksikan citra Jepang sebagai pelopor budaya postmodern

masa depan seperti anime, manga, mode, musik pop, masakan dan novel dari penulis muda ini menjadi bagian dari kegiatan budaya internasional Jepang. Diplomasi publik Jepang melalui makanan yang disebut *gastrodiplomacy*. (Ogura, 2008)

Dengan berakhirnya perang dunia ke-2 membuat Jepang sadar akan budayanya, hadirnya kesadaran akan warisan budaya makanan bisa dipahami melalui konseptual *gastrodiplomacy* atau bagaimana negara melakukan diplomasi budaya dari penggunaan kuliner secara strategis dalam mempengaruhi persepsi suatu bangsa. Sebagai strategi yang semakin populer untuk diplomasi publik dan *nation branding*. *Gastrodiplomacy* disebut mengacu pada kampanye hubungan masyarakat yang sistematis dan investasi infrastruktur

yang berkelanjutan oleh pemerintah dan negara bagian, seringkali bekerja sama dengan aktor non-negara untuk meningkatkan nilai dan nation branding melalui makanan . (Rockower P. , 2014) , jepang mempromosikan makanannya pada tahun 2005 sebagai bagian dari program strategis kekayaan intelektual pemerintahan (hiteki zaisan suishin keikaku). hasil program tersebut dibentuklah komite kemajuan budaya pangan (shoku-bunka kenkyu suishin kondankan) adalah sebuah komite yang terkhusus pada penelitian budaya kuliner tujuannya untuk mempromosikan makanan sebagai bagian dari produk budaya jepang . dari komite tersebut menghasilkan kampanye melalui kuliner tradisional yang disebut (washoku).

dalam proses pencapaian pemerintahan jepang dalam mengenalkan makanan jepang washoku didunia internasional , pemerintah jepang membentuk program-program untuk mencapai tujuannya. washoku memiliki sejarah yang panjang untuk masuk ke dunia internasional

washoku dikenal sebagai makanan tradisional jepang, yang berasal dari kata “wa” berarti jepang atau hidangan dan shoku yang berarti makanan atau makan. (tsukiji cooking). kata wa dianggap menjadikan nilai budaya jepang menjadi tradisional . nama Wa dianggap menjadikan nilai dari budaya Jepang menjadi lebih tradisional. Makna dari kata wa yang terkandung didalamnya memadukan setiap bahan yang terdapat dalam mode harmoni dengan memanjakan setiap indra . (tsukiji cooking.)

JRO organization to promote japanese restaurant abroad salah satu program untuk mempromosikan kuliner nya. Awalnya JRO dibentuk sebagai sektor swasta (NPO corporation) yang sudah mendukung restoran jepang di dunia dan mengenalkan kuliner jepang kepada masyarakat global dan juga ikut berpartisipasi dalam memperluas pasar dari makanan jepang dan bahan bahan yang digunakan. program itulah menjadi upaya untuk mengenalkan kuliner jepang dan ikut masuk kedalam UNESCO’s intangible Cultural heritage list dengan tujuan memastikan perlindungan budaya di seluruh dunia dan kesadaran akan pengakuan mereka. pada tanggal 5 desember 201, UNESCO (United nations Educational, scientific dan cultural) pengakuan atas warisan budaya jepang yaitu washoku sebagai warisan budaya tak benda dan diatur oleh pemerintah jepang dibawah departemen pertanian, kehutanan dan perikanan jepang . (Osamu & Mizutani, 2014) . Washoku dipuji atas praktek sosialnya dengan dasar berbagai keterampilan, pengetahuan, praktik dan tradisi yang menjurus ke bagaimana proses produksi, penyajian serta cara mengkonsumsinya. dan dikenal juga sebagai bentuk penghormatan terhadap alam yang memanfaatkan sumber daya alam

secara berkelanjutan

Selain jro jepang juga mempunyai JETRO (japan external trade organization) kedua organisasi non profit yang berusaha untuk mempromosikan kuliner tradisional jepang ke dunia internasional. JETRO juga bekerja mempromosikan perdagangan dan investasi antara jepang dan dunia. JETRO memperkirakan juli 2015, terdapat 89.000 restoran jepang didunia, angka yang meningkat sebanyak 60% dibandingkan survei sebelumnya bulan januari 2013 . pada tahun 2006 toko di jepang berjumlah 24.000 pada tahun 2013 menjadi 55.000 toko kenaikan yang pesat. (simanjuntak, 2015 dengan peningkatan industri makanan jepang jetro sangat berperan dalam peningkatan ekonomi jepang ini pula yang kemudian penulis

Warisan budaya UNESCO , Pada survei dilakukan oleh Departemen Pertanian, Kehutanan dan Perikanan Jepang pada bulan Juli tahun 2015, menyebutkan restoran jepang di luar negeri berkembang pesat dari sekitar 89.000 dari pada tahun 2006 hanya berjumlah 24.000 toko dan tahun 2013 berjumlah 55.000 toko . peningkatan tajam ini kemungkinan dikarenakan penyebaran citra yang baik masakan jepang seperti sushi dan soba sebagai makanan yang sehat. Aspek lain mungkin dengan penambahan washoku atau masakan tradisional jepang, ke dalam daftar warisan budaya tak benda UNESCO . (Naohisa, 2016).

## **1.2 Rumusan masalah**

Bagaimana bagaimana peran JETRO (japan external trade organization) dalam pelaksanaan gastrodiplomasi di jepang ??

## **1.3 Tujuan penelitian**

### **1.3.1 Tujuan objektif**

- a. Untuk mengetahui bagaimana gastrodiplomasi di jepang ?
- b. Untuk mengetahui peran dari badan organisasi jepang yang terkait dengan pemerintah jepang yaitu jetro dalam pelaksanaan gastrodiplomasi jepang ?

### **1.3.2 Tujuan subyektif**

- a. Untuk memenuhi persyaratan akademis guna memperoleh gelar sarjanadari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya.
- b. Untuk menerapkan ilmu yang sudah diperoleh, sehinggadapat memberikan manfaat bagi

penulis sendiri dan dapat memberikan kontribusi yang positif.

## **1.4 Manfaat penelitian**

### **1.4.1 Manfaat penelitian teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang ilmu hubungan internasional khususnya di bidang kebijakan di luar negeri. Sehingga mampu menyediakan referensi baru tentang gastrodiplomasi dan dampaknya bagi industri makanan jepang .

### **1.4.2 Manfaat penelitian praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberi manfaat melalui pemaparan pada pihak-pihak yang berkiprah dalam ilmu hubungan internasional seperti mahasiswa, dosen, pengamat maupun praktisi yang tertarik dalam materi gastrodiplomasi jepang Sehingga melalui kajian ini diharapkan dapat menjadisumber yang informatif dan bermanfaat.

## **1.5 Kajian pustaka**

berkaitan dengan tema penulis agar menjadi sebuah bahan kajian, masukan sekaligus perbandingan dalam penelitian yang akan dilakukan, beberapa penelitian terdahulu yaitu:

Pertama, Dian dan Erna 2016, dalam penelitiannya yang berjudul *Gastrodiplomacy “Washoku” Jepang Di Amerika Serikat* penelitian ini membahas diplomasi publik jepang terhadap amerika serikat melalui gastrodiplomacy dengan menggunakan washoku sebagai bagian dari budayanya. Dilaksanakan oleh berbagai faktor yang meliputi pemerintah, aktor non negara, pelaku bisnis, masyarakat, pendidikan dan media . dalam pelaksanaannya dilakukan oleh aktor negara dan non negara ,aktor negara seperti MAFF, JETRO, TheJapan Foundation dan JRO. Dan untuk aktor non negara berupa MNC , pelaku bisniseperti pemilik restoran jepang di kawasan amerika serikat , Masyarakat yang jugaberperan seperti pertukaran, organisasi secara sukarela dan special interest group , melalui pendidikan dilakukan aktor seperti koki-koki . media sendiri, penyebaran washoku menggunakan media iklan, program TV, film dan internetyangmelahirkanberbagaimedia sosial.

Kedua, Felice farina 2018 , dalam penelitiannya yang berjudul *Japan’s gastrodiplomacy as soft power: global washoku and national food security* penelitian ini membahas washoku (masakan tradisional Jepang) sebagai salah satu elemen utamakekuatan lunak dan diplomasi budaya Jepang.pemerintah jepang telahmendukungpromosi masakan

nasional di seluruh dunia dengan cara yang berbedamenjadikannya sebagai makanan tradisional jepang dan menjadi elemen soft power dan strategi ketahanan pangan jepang dengan tujuan meningkatkan ekspor pangan dalam mendorong produksi pertanian dan meningkatkan swasembada.

Ketiga, Kazuo Ogura 2008, dalam penelitiannya yang berjudul *Japan Postwar Cultural Diplomacy Cultural Diplomacy* . Peneliti menemukan bahwa dalam proses diplomasi budaya Jepang terdapat lima periode waktu, dimana lima periode tersebut didasarkan pada perbedaan dari apa yang terjadi pada saat itu. Pada periode pertama sekitar 1950 hingga 1960, Kazu melihat bahwa Jepang perlu mengubah citra pasca perang dari bekas tentara Trihart menjadi negara yang damai. Pada periode kedua, tahun 1970-an, Jepang berusaha meningkatkan citranya sebagai negara dengan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Kemudian pada tahap ketiga, sekitar tahun 1980-an, Jepang mulai memasukkan budaya ke dalam salah satu dari tiga pilar diplomasinya. Dalam krisis finansial Asia tahun 1990-an, perekonomian Jepang sebenarnya sedang tidak dalam keadaan yang baik. Namun, mereka tetap memberikan kontribusi kepada negara-negara ASEAN yang nantinya akan menjadi mitra bisnis Jepang di masa depan.

Keempat, Cang voltaire 2018 , dalam penelitiannya yang berjudul *makanan sebagai alat soft power : studi perbandingan gastrodiplomasi jepang dan korea*, dalam penelitian ini perbandingan strategi gastrodiplomasi antara jepang dan korea selatan . gastrodiplomasi sebagai bentuk dari diplomasi publik yang dilaksanakan melalui strategi yang terkait dengan kuliner . jepang dan korea sama-sama memiliki strategi gastrodiplomasi kedua negara ini melalui kementerian yang membawahi bidang pangan (Ministry Of Agriculture, Forestry, and Fisheries di jepang , Ministry of food, Agriculture, Forestry and Fisheries di korea selatan). dan sama-sama memiliki kampanye yang terkoordinir dalam rangka memajukan gastrodiplomasi . kedua negara ini juga melakukan serangkaian kerjasama dengan sektor privat untuk menunjang kegiatan promosi .

Kelima, Annisasuryantika Dewi 2022, dalam thesis yang berjudul *gastrodiplomasi untuk meningkatkan brand awareness kuliner tradisional jepang di indonesia*, penelitiannya membahas mengenai gastrodiplomasi jepang dalam pelaksanaannya melibatkan aktor negara dan non negara . program-program yang dilakukan jepang dalam meningkatkan popularitas kuliner jepang di indonesia dan kampanye washoku sebagai untuk meningkatkan brand awareness makanan jepang di indonesia , keberhasilan jepang dalam gastrodiplomasinya meningkatnya nilai ekspor produk makanan jepang di indonesia dan

meningkatnya jumlah wisatawan indonesia ke jepang. Berbagai referensi yang disajikan menunjukkan bagaimana gastrodiplomasi jepang dalam mempromosikan kuliner nya ke dunia internasional, dan menjadi sangat penting bagi penulis dalam mengembangkan penelitian ini. Adapun tinjauan pustaka pada penelitian ini.

Table Table 0.1 tinjauan pustaka

No	Penelitian terdahulu	Keterangan
1	Nama penulis	Dian dan Erna
	Judul	Gastrodiplomacy “Washoku” Jepang Di Amerika Serikat
	Jurnal	Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta Jl. Babarsari No.2 Tambakbayan Yogyakarta vol 19, nomor 1
	Tahun	Memaparkan diplomasi publik jepang terhadap amerika serikat melalui gastrodiplomacy dengan menggunakan washoku sebagai bagian dari budayanya. Dilaksanakan oleh berbagai faktor yang meliputi pemerintah, aktor non negara, pelaku bisnis, masyarakat, pendidikan dan media . dalam pelaksanaanya dilakukan oleh aktor negara dan non negara ,aktor negara seperti MAFF, JETRO, The Japan Foundation dan JRO. Dan untuk aktor non negara berupa MNC , pelaku bisnis seperti pemilik restoran jepang di kawasan amerika serikat , Masyarakat yang juga berperan seperti pertukaran, organisasi secara sukarela dan special interest group , melalui pendidikan dilakukan aktor seperti koki-koki . media sendiri, penyebaran washoku menggunakan media iklan, program TV, film dan

		internet yang melahirkan berbagai media sosial.
	Perbandingan	Jurnal ini memfokuskan pada pembahasan tentang usaha yang dilakukan jepang dalam memperkenalkan washoku keamerika serikat dengan berbagai aktor Negara dan non Negara.
2	Nama penulis	Felice farina
	Judul	Japano gastrodiplomacy as soft power: global washoku and national food security.
	Nama Jurnal	Journal of contemporary eastern asia vol.17,no.1:153-146
	Tahun	2018
	Hasil Penelitian	washoku (masakan tradisional Jepang) sebagai salah satu elemen utama kekuatan lunak dan diplomasi budaya Jepang
	Perbandingan	Penelitian yang memfokuskan pada rencana jepang dalam membuat suatu konsep dan mengangkat strategi gastrodiplomacy
3	Nama Penulis	Kazuo Ogura
	Judul	Japan postwar culture diplomacy
	Jurnal	CAS Working Paper Series 1
	Hasil Penelitian	Proses diplomasi budaya Jepang terdapat lima periode waktu, dimana lima periode tersebut didasarkan pada perbedaan dari apa yang terjadi pada saat itu. Pada periode pertama sekitar 1950 hingga 1960, Kazu melihat bahwa Jepang perlu mengubah citra pasca perangnya dari bekas tentara Trihart menjadi negara yang damai. Pada periode kedua, tahun 1970-an, Jepang berusaha meningkatkan citranya sebagai negara dengan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

		<p>Kemudian pada tahap ketiga, sekitar pada tahun 1980, Jepang mulai memperkenalkan budaya dalam salah satu dari tiga pilar diplomasinya. Dalam krisis finansial Asia tahun 1990-an, perekonomian Jepang sebenarnya sedang tidak dalam keadaan yang baik. Namun, mereka tetap memberikan kontribusi kepada negara-negara ASEAN yang nantinya akan menjadi mitra bisnis Jepang di masa depan.</p>
	Perbandingan	<p>Peneliti ini lebih fokus ke proses diplomasi budaya jepang dan tidak membahas secara spesifik tentang makanan kuliner tradisionalnya.</p>
4	Nama penulis	<p>Engga Ayu Yuliana, Kendalita Sari, Aulia Ramadhani, Ario Bima Utomo</p>
	Judul	<p>makanan sebagai alat soft power : studi perbandingan gastrodiplomasi jepang dan korea selatan</p>
	Tahun	<p>2021</p>
	Nama jurnal	<p>Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial , Vol 8 No 2 Hal : 343-361</p>
	Hasil penelitian	<p>penelitian yang membahas tentang perbandingan strategi gastrodiplomasi antara jepang dan korea selatan . gastrodiplomasi sebagai bentuk dari diplomasi publik yang dilaksanakan melalui strategi yang terkait dengan kuliner . jepang dan korea sama-sama memiliki strategi gastrodiplomasi kedua negara ini melalui kementerian yang membawahi bidang pangan (Ministry Of Agriculture, Forestry, and Fisheries di jepang , Ministry of food, Agriculture, Forestry and Fisheries di korea selatan). dan sama-sama memiliki kampanye yang terkoordinir dalam rangka memajukan gastrodiplomasi . kedua negara ini juga melakukan serangkaian kerjasama dengan sektor privat untuk menunjang kegiatan promosi .</p>

	Perbandingan	membahas negara jepang dan korea dalam perbandingan gastrodiplomasi.
5	Nama penulis	Annisa suryantika Dewi 2022,
	Judul	gastrodiplomasi untuk meningkatkan brand awareness kuliner tradisional jepang di indonesia
	Tahun	2022
	Nama Skripsi	Skripsi hubungan internasional, Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, Universitas Unpas
	Hasil penelitian	penelitiannya membahas mengenai gastrodiplomasi jepang dalam pelaksanaannya melibatkan aktor negara dan non negara . program-program yang dilakukan jepang dalam meningkatkan popularitas kuliner jepang di indonesia dan kampanye washoku sebagai untuk meningkatkan brand awareness makanan jepang di indonesia , keberhasilan jepang dalam gastrodiplomasinya meningkatnya nilai ekspor produk makanan jepang di indonesia dan meningkatnya jumlah wisatawan indonesia ke jepang.
	Perbandingan	gastrodiplomasi yang dilakukan jepang untuk meningkatkan brand awareness di indonesia

Diolah oleh penulis

## 1.6 Landasan Teori

### 1.6.1 Kerangka Konsep

Kerangka teori : Dalam penulisan skripsi ini, akan dianalisis mengenai gastrodiplomasi dan dampaknya bagi industri makanan di Jepang, penulis menggunakan teori gastrodiplomasi dan brand awareness.

#### 1. Gastrodiplomacy

Menurut Wilson gastrodiplomacy merupakan bentuk dari diplomasi publik yang menggabungkan diplomasi budaya, diplomasi kuliner, dan nation branding untuk membuat budaya asing menjadi nyata untuk dirasakan dan juga disentuh. Gastrodiplomasi menjadi bentuk upaya untuk menciptakan hubungan yang emosional lewat pemahaman budaya menggunakan makanan sebagai sarana untuk mengaitkan satu sama lain. Selain itu gastrodiplomasi bertujuan sebagai bagian dari diplomasi publik dan diplomasi budaya yaitu untuk membantu meningkatkan brand awareness dan reputasi suatu bangsa dan pada dasarnya gastrodiplomasi merupakan tindakan untuk memenangkan hati melalui perut (Wilson, 2011.)

Selain itu, Teori Rockwer, Mary Jo. A Pham mendefinisikan bahwa gastrodiplomasi sebagai bentuk dari praktik pemerintah dalam mengeksport warisan kuliner nasional menjadi bagian dari upaya diplomasi publik untuk meningkatkan kesadaran merek nasional, mendorong investasi dan perdagangan ekonomi dan keterlibatan untuk tingkat budaya dan pribadi dengan pengunjung. (Rockower, 2012, 3) merujuk pada teori ini menjelaskan bahwa gastrodiplomasi diperlukan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara karena tujuan dari gastrodiplomasi untuk meningkatkan kesadaran merek suatu bangsa yang dapat mendorong peningkatan ekonomi melalui investasi, pariwisata ataupun perdagangan.

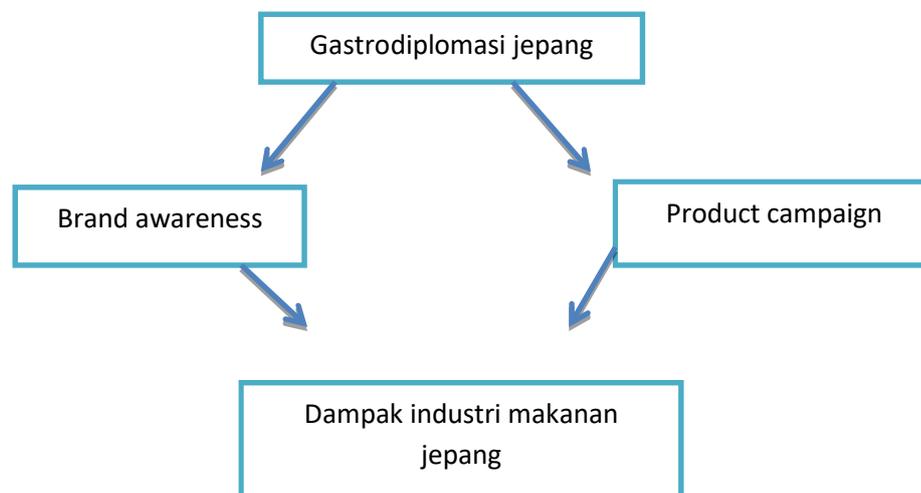
2. Menurut Kotler & Keller, *Brand Awareness* atau kesadaran merek merupakan kekuatan seseorang memikirkan dalam mengingat suatu merek dalam ukuran merinci untuk melakukan transaksi pembelian suatu barang. *Brand awareness* juga didefinisikan sebagai kemampuan konsumen dalam mengenali suatu merek dengan

keadaan yang berbeda-beda dapat dilakukan dengan mengenali suatu merek tertentu untuk membedakannya dengan merek lainnya. Perlunya pemaparan yang berulang sehingga konsumen mengingat dan merasa mengenal merek tersebut . (Kotler & Keller, 2009, ). Tingkat kesadaran merek yang tinggi dapat membantu membangun citra merek yang kuat dan membedakan produk atau jasa dari pesaingnya, ini membuat kepercayaan konsumen akan penghasilan lebih banyak sehingga meningkatkan pendapatan dan keuntungan .

### 3. investasi ekonomi dan perdagangan

Gastrodiplomasi sangat membantu dalam menarik minat publik untuk mengenal dan bersimpati kepada negara tersebut . Dunia internasional melihat citra sebuah negara dari produk yang dihasilkan, seperti pariwisata, bisnis, dan politiknya . citra negara penting untuk negara untuk berusaha memberikan citra yang representasi yang baik. citra sebuah negara membuat dampak seperti prestise negara pada dunia internasional ,meningkatnya pariwisata, dan ekonomi .Upaya ini saat erat dengan kemampuan soft power jepang berhasil melaksanakan gastrodiplomasi melalui makananan dan minumannya yang kaya akan budaya dan tradisi dan membangun citra yang baik melalui kampanye gastrodiplomasi yang kuat dan strategi pemasaran yang inovatif hal ini meningkatkan perdagangan dan pariwisata jepang.

## 1.7 Alur Pemikiran



Sumber : diagram diolah oleh penulis

## 1.8 Argumen Utama

Argumen utama penulis yaitu diplomasi publik sebagai bentuk soft power yang dilakukan Jepang melalui budaya makanannya . gastrodiplomasi Jepang dibantu organisasi terkait pemerintah yang bekerja sama untuk mempromosikan perdagangan dan investasi timbal balik antara Jepang ke seluruh dunia ,program maupun inovasi untuk membangun brand awareness . Jepang menggunakan jetro (*japan external trade organization* ) yang salah satu tugas utamanya mempromosikan ekspor produk makanan Jepang ke pasar internasional.Jepang strategi gastrodiplomasi hal ini dapat dikatakan sebagai pendorong bagi peningkatan makanan Jepang pada level global yang juga berdampak pada sektor pariwisata , ekspor dan meningkatkan investasi asing .

## 1.9 Metode Penelitian

### 1.9.1 Desain penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut buku yang berjudul metode penelitian kualitatif , Metode deskriptif mendeskripsikan suatu objek, fenomena,atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif . (Anggito &Setiawan,metodologipenelitiankualitatif,2018). gastrodiplomasi dan dampaknya bagi industri makanan di Jepang .

### 1.9.2 Definisi konsep

Dalam penelitian ini mempunyai beberapa definisi konsep yaitu:

- a. Definisi gastrodiplomasi yaitu mengenai bagaimana suatu negara menjalankan diplomasi budaya menawarkan makanan dari tiap negara sehingga dapat

meningkatkan pemahaman masyarakat terkait dengan *nation brand* suatu negara, untuk membiasakan diri terhadap budaya negara lain melalui pengalaman kuliner . (Rockower P. S., 2012) gastrodiplomasi juga dianggap sebagai salah satu strategi populer dan efektif untuk berdiplomasi. (Rockower P. S., 2012).

b..Revolusi industri 4.0 menghasilkan teknologi digital telah koneksi data rasio yang besar ,luas berlangsung cepat ,ini menjadi trend proses produksi yang berbasis teknologi digital yang menciptakan perubahan untuk semua sektor kehidupan dan membuat teknik produksi terbaru sehingga meningkatkan produktivitas dan efisiensi yang berkelanjutan. Revolusi industri 4.0 adalah teknologi yang menciptakan teknologi pintar seperti artificial intelligence, big data, robot, teknologi finansial, perdagangan elektronik, E-commerce, pemasaran elektronik, marketing semua kegiatan industri baik pada sektor manufaktur maupun jasa menggunakan teknologi digital . (Poerwanto & Shambodo, 2020, 60)

### 1.9.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang peneliti ambil terdapat di table berikut .

**Table 0.2 Fokus penelitian**

Variable	Dimensi	Indikator	Deskripsi
gastrodiplomasi dan dampaknya bagi industri makanan jepang	National brand awareness	<i>brand campaign</i>	menjelaskan strategi gastrodiplomasi jepang mengkampanyekan program gastrodiplomasi yang dimilikinya untuk membentuk awareness publik internasional.

	product campaign	<i>peran organisasi dalam mempromosikan makanan jepang.</i>	menjelaskan peran organisasi bergerak untuk mempromosikan makanan jepang keseluruh dunia .
	economic investment & Trade	<i>dampak pertumbuhan ekonomi jepang</i>	peningkatan makanan jepang

**sumber : diolah oleh penulis**

#### **1.9.4 Unit Analisis**

Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis suatu yang terkait dengan fokus dan komponen peneliti. Dalam penelitian ini dapat berupa individu, lembaga, organisasi, kelompok, benda, waktu yang sesuai dengan penelitian. (Bungin, 2007, p.44). Yang menjadi unit analisis penelitian ini yaitu gastrodiplomasi berdampak bagi industri jepang.

#### **1.9.5 Jenis Data dan Sumber Data**

##### **a) Jenis Data**

jenis data yang diambil oleh penulis data berupa kata atau kalimat lisan. Dalam penelitian kualitatif data bisa didapatkan dari berbagai sumber referensi melalui metode penelitian kepustakaan, hasil dari buatan dapat juga didapatkan dari dokumen. Data yang didapatkan akan dapat menjabarkan dan menjawab pertanyaan dalam penelitian.

##### **b) Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang dipakai adalah data sekunder diperoleh peneliti dengan cara yang tidak langsung dengan pihak atau media yang menjadi perantara untuk peneliti dapat dari berbagai sumber, yakni :

1. Perpustakaan Pusat universitas Sriwijaya

2. Ruang baca Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sriwijaya.
3. Perpustakaan daerah provinsi sumatera selatan.
4. Berbagai Media cetak dan juga surat kabar ataupun dari media internet.

### **1.9.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Dokumentasi**

Dalam bukunya menurut Kartodirjo, dokumentasi merupakan kumpulan data yang digunakan untuk penelitian dapat juga diartikan metode penelusuran data yang historis. Dokumentasi yang dimaksudkan merupakan kumpulan data yang berupa gambar dan juga dokumen lainnya. Teknologi tersebut bertujuan agar mendapatkan data kualitatif yang dapat mendukung dalam proses penelitian. Dokumen pendukung yang digunakan oleh peneliti seperti surat kabar, majalah, artikel, dan juga data dari internet. (Bungin, 2007, p. 154)

#### **b. Kepustakaan**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik mengumpulkan data yang diterapkan dengan metode penelitian kepustakaan (*library research*). Metode penelitian kepustakaan dapat digunakan untuk mendapatkan data dari beragam sumber tambahan seperti buku, dokumen ataupun surat kabar dan situs internet. Selain itu, Teknik analisis dapat dipakai untuk data yang didapatkan untuk bisa menarik kesimpulan yang benar (Bungin, 2007, p. 55). Selain mencari sumber data pembantu untuk menunjang penelitian, juga perlu diketahui sejauh mana ilmu yang berkaitan dengan penelitian tersebut telah berkembang agar dapat menarik kesimpulan dan degradasinya, yang bisa berguna untuk mendapatkan informasi yang diperlukan bagi peneliti. Melalui penelitian literatur yang sudah ada. Selain itu peneliti bisa mengerti secara sistematis bagaimana cara menulis karya ilmiah dan juga mengekspresikan ide-ide yang membuat mereka lebih sadar akan krisis dan analitis.

### **1.9.7 Teknik Analisis**

Di dalam penelitian terdapat tiga tahapan analisis data, tahap reduksi data, penyajian data dan juga kesimpulan (Bungin, 2007, p. 29). Dalam penelitian ini yang digunakan dalam teknik analisis data yakni :

#### **A. Reduksi Data**

Reduksi data dengan cara memilih hal-hal yang sangat penting dan memilih data yang sangat berkaitan dengan objek penelitian maka data tersebut dapat direduksi menjadi

bentuk ringkasan. Di tahap ini peneliti akan lebih berfokus pada data yang sudah ada lalu memilih data dan mencocokkannya dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu, data yang cocok akan menyederhanakan untuk mengkategorikan data berdasarkan topik. Data yang ada akan digabungkan. Dalam hal ini peneliti akan mengeksplorasi topik untuk merekomendasikan data lain, lalu peneliti akan mengabstraksi data tersebut menjadi deskripsi yang singkat.

## B. Penyajian Data

Dalam penyajian data yang bertujuan untuk mengetahui data apa saja yang sesuai untuk tujuan penelitian. Di tahap ini data informasi akan terlebih dulu disajikan didalam bentuk teks naratif, untuk menampilkan data yang sudah disederhanakan, diklasifikasikan ke dalam bentuk deskriptif. Peneliti menggunakan analisis kualitatif dengan menjelaskan masalah yang ada berdasarkan fakta yang ada, lalu dibandingkan dengan fakta lain dengan kata lain argument yang benar (Anggito & Setiawan, 2018, hl. 220).

## C. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini yang dimaksudkan adalah inti dari hasil penelitian dan pernyataan mengenai hubungan dari data-data penelitian dengan hipotesis . penarikan kesimpulan dilakukan dengan menyimpulkan data yang didapatkan dari data yang tersedia sesuai dengan kerangka teori yang diambil.

### 1.9.8 Jadwal Penelitian

Table 0.3 jadwal penelitian

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan											
	jan	feb	mar	apr	mei	jun	jul	agt	sep	okt	nov	Des
<b>Persiapan</b>												
a.Pengajuan judul												
b.persiapan judul												

c. persetujuan judul													
<b>Pelaksanaan</b>													
a.Pembimbing bab 1													
b.seminar proposal													
c.Revisi proposal													
d.Pengumpulan data													
<b>Sidang</b>													
a.pendaftaran													
b.penyajian draf skripsi													
c.persiapan sidang													
d.sidang													

### 1.9.8 Sistematika penulisan

Dalam memahami lebih jelas penelitian ini, maka pembahasan yang disajikan pada Proposal Laporan Tugas Akhir ini dibagi menjadi berbagai sub-bab dengan sistematika penulisan berikut:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab 1 Pendahuluan merupakan bab yang mendeskripsikan mengenai masalah penelitian yang diteliti argumen yang menjelaskan mengapa penelitian tersebut penting untuk dilakukan, dan bagaimana strategi serta upaya yang digunakan dalam penelitian tersebut . Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian,

manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, kerangka konsep, argumen utama, metode penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

Bab II berisi gambaran umum mengenai strategi yang digunakan oleh Jepang masuknya Washoku ke dalam UNESCO's Intangible Heritage List mencakup deskripsi dan informasi yang berhubungan dengan upaya diplomasi publik Jepang yang meningkatkan nation branding. Deskripsi tersebut dapat berupa konteks sejarah, waktu, lokasi, aktor, mekanisme, praktek, nilai, norma, aturan main, atau informasi lainnya yang berguna sebagai bahan analisis pada BAB III Pembahasan. Selain itu, mencakup pula data, bahan, bukti, kasus, dst. Keseluruhan uraian tersebut berkaitan dengan penjabaran mengenai Washoku masuk ke

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, J.(2018).*metodologipenelitiankualitatif*.CVJejak(Jejak Publisher).
- anggraeni, d., & kurniawati, e. (2016, 11 10). gastrodiplomacy "washoku" jepang di amerika serikat. *Jurusan Ilmu Hubungan InternasionalFISIPUPN“Veteran” Yogyakarta, 37.*
- Anholt, S. (2007). *competitiveidentity*.GreatBritain:palgraveMacmillan.Anholt,S. (2007).Editor'sforwardtothefirstissue.*Placebrandingandpublic,4-11*.Bungin,
- B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cang, V. (2018). Japan's Washoku As Intangible Heritage: The Role Of National Food Traditions In Unesco's Cultural Heritage Scheme.*InternationalJournalOf Cultural Property, 25(4), 491-513.*
- Farina, F. (2018). Japan's Gastrodiplomacy As SoftPower:GlobalWashokuAndNational Food Security. *Journal Of Contemporary Eastern Asia, 17(1), 152-167.*
- Hennida, C. (2010). Diplomasi PublikdalamPolitikLuarNegeri.*Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, 17-23.*
- Lee, S. T., & Kim, H. S. Food Fight: Gastrodiplomacy And Nation Branding In Singapore's Unesco Bid To Recognize Hawker Culture.*PlaceBranding And Public Diplomacy, 1-13.*
- Naohisa, M. (2016). Japanese Restaurants On the Rise Abroad.
- Ogoura,K.(2008).Japan'spostwarulturaldiplomacy.*CASWorkingpaper1,2-6.*
- Paku, K. H. (2017, 1110). WhatisWashoku? 和食とは. Retrieved421, 2021, from justonecookbook.com: <https://www.justonecookbook.com/washoku/>

Rockower, P. (2014). The state of gastrodiplomacy. *Public diplomacy magazine*.

Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. *placebrandingandpublic*

*diplomacy*, 235-246.

SINDO, K. (2017, Mei 11). *senikulinerdalamdiplomasi kenegaraan*. Retrieved August 31, 2021, from [lifestyle.okezone.com](http://lifestyle.okezone.com):  
<http://lifestyle.okezone.com/read/2014/05/09/2>

Sun, Q. (2009, desember). *An analytical model of the determinants and outcomes of nation branding. doctor of philosophy.*

Wang, j. (2006). Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy*, 49-58.

Yuliana, E. A., Sari, K., Ramadhani, A., & Utomo, A. B. (2021). Makanan sebagai alat soft power : studi perbandingan gastrodiplomasi jepang dan korea selatan. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8, 343-361.

Zhang, J. (2015). The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns. *International Journal of Communication*, 568–591.

ashkenazi, m., & jacob, j. (2003). *food culture in japan*. food culture around the world.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Food\\_Culture\\_in\\_Japan/Ley\\_r5VldNUC?hl=id&gbpv=1&dq=Food+Culture+in+Japan&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Food_Culture_in_Japan/Ley_r5VldNUC?hl=id&gbpv=1&dq=Food+Culture+in+Japan&printsec=frontcover)

Farina, F. (2018, juli). *Japan's gastrodiplomacy as soft power: global washoku and national food security*, 17(1), 152-167.

[https://www.researchgate.net/publication/331332935\\_Japan's\\_gastrodiplomacy\\_as\\_soft\\_power\\_Global\\_Washoku\\_and\\_national\\_food\\_security](https://www.researchgate.net/publication/331332935_Japan's_gastrodiplomacy_as_soft_power_Global_Washoku_and_national_food_security)

*Japan External Trade Organization (JETRO)*. (n.d.). <https://www.jetro.go.jp/en/jetro/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). PT Gelora Akasara Pratama.

Poerwanto, & Shambodo, Y. (2020, January 1). *Journal of Tourism and Creativity. Revolusi Industri 4.0:*

*Googelisasi Industri Pariwisata dan Industri Kreatif, 4, 60.*

<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/16956/7896>

pujayanti,A.(2017).Gastrodiplomacy–EffortstoStrengthenIndonesia’s Diplomacy.

*GASTRODIPLOMASI–UPAYAMEMPERKUATDIPLOMASIINDONESIA,8,38-56.*

<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/politica/article/view>

/884/537 Rockower, P. (2010). *Why Not Feed Indonesia to The World?* <http://>

[jakartaglobe.beritasatu.com/archive/why-not-feedindonesia-to-the-world/](http://jakartaglobe.beritasatu.com/archive/why-not-feedindonesia-to-the-world/)

Rockower, P.s.(2012). *Recipes for Gastrodiplomacy Place Branding and Public Diplomacy*, 9, 236.

Thompson, j. (2016). *metropolis, japans's No.1 English magazine*.

<https://metropolisjapan.com/modern-japanese-food/>

*washoku*.(n.d.).JFOODO.Retrieved 05/22/2023, from <https://www.jetro.go.jp/en/jfoodo/was>

*hoku*/ Wilson, R. (2011). Exchange: The Journal of Public Diplomacy. *Cocina Peruana Para El Mundo:*

*Gastrodiplomacy, the culinary nation brand, and the context of national cuisine*

*in Peru*, 2.

[https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=exchan](https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=exchange)

[ge](https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=exchange)

Yuliana, E. A., Sari, K., Ramadhani, A., & utomo, A. b. (2021). *MAKANAN SEBAGAI ALAT*

*SOFT*

*POWER: STUDI PERBANDINGAN GASTRODIPLOMASI JEPANG DAN KOREA SELATAN*, Vol

*8,*

343-361. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/3589>