

**STRATEGI GASTRODIPLOMASI THAILAND DALAM MENINGKATKAN
CITRA POSITIF NEGARA**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

**YESI PURNAMASARI
07041281621075**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDRALAYA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**STRATEGI GASTRODIPLOMASI THAILAND DALAM
MENINGKATKAN CITRA POSITIF NEGARA**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

**YESI PURNAMA SARI
07041281621075**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing, Juli 2021

Pembimbing I

Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M

NIP. 196504271989031003



Pembimbing II

Gunawan Lestari Elake, S.IP., MA

NIP. 198405182018031001



Disetujui oleh,

Ketua Program Studi,



Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M

NIP. 196504271989031003

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

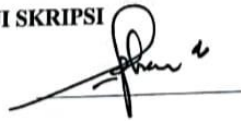
**STRATEGI GASTRODIPLOMASI THAILAND DALAM
MENINGKATKAN CITRA POSITIF NEGARA
SKRIPSI**

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Pada Tanggal 14 November 2021

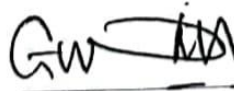
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

Dr Azhar, S.H., M.sc., L.Lm
Ketua



Gunawan Lestari Elake, S.IP.,
MA Anggota



Drs Djunaidi, MSLS
Anggota



Sari Mutiara Sari S.IP.,
MA



Anggota

Indralaya, 14 November 2021
Mengesahkan, Dekan,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Alftri, M.Si
NIP: 196601221990031004



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yesi Purnamasari
NIM : 07041281621075
Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional
Konsentrasi : Kajian Perdagangan
Judul Skripsi : Strategi Gastrodiplomasi Thailand Dalam Meningkatkan Citra Positif Negara
Alamat : Jalan Syech Abdul Somad, Lr. Kapuran No.25 RT 01 RW 02 Palembang
No.HP : 0895361237454

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis di atas merupakan karya sendiri, disusun dari hasil penelitian berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila kelak terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Pernyataan ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Indralaya, 24 Agustus 2021
Yang buat pernyataan,



Yesi Purnamasari
NIM. 07041281621075



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yesi Purnamasari
NIM : 07041281621075
Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional
Alamat : Jalan Syech Abdul Somad, Lr. Kapuran No.25 RT 01 RW 01 Palembang
No.HP : 0895361237454
Tahun Lulus : 2021
Tanggal Yudisium :

Dengan Ini Menyatakan Tidak Akan Menuntut Lembaga Apabila Dalam Waktu 1 (Satu) Tahun Dari Tahun Kelulusan Tanskrip Nilai Asli Tidak Diambil Terjadi :

1. Kehilangan
2. Kerusakan
3. Kebakaran

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Indralaya, 24 Agustus 2021
Hormat saya,



Yesi Purnamasari
NIM. 07041281621075

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk perjuangan saya dalam perkuliahan. Tulisan sederhana ini saya persembahkan untuk orang-orang tersayang dan yang juga telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

1. Allah swt yang telah melimpahkan begitu besar rahmatnya kepadaku hingga saat ini bisa menyelesaikan semuanya.

2. Kedua orang tua saya yang sudah membesarkan dan mendidik hingga bisa menjadi pribadi yang seperti sekarang ini serta kedua adik saya Lidya dan Rizqy yang membantu segala sesuatunya, dan Muhammad Yusuf yang selalu menjadi support system terbaik selama pengerjaan skripsi ini .

3. Sahabat-sahabat saya terbaik saya yang memberikan motivasi dalam pengerjaan skripsi. Yaitu terkhusus kepada Fera Damai Yanti telah membersamai dari awal kuliah hingga skripsi ini selesai , Riandy Hermawan, Desca Firmantara Winata, Herisya Novera Putri, dan Annisa Nurul Awalia yang telah banyak membantu dalam pembuatan skripsi.

4. Bapak Azhar selaku pembimbing utama yang membantu dalam penyusunan skripsi dan Bapak Gunawan selaku pembimbing yang membantu dimulai dari pembuatan judul pada tahun 2019 hingga saat ini akan wisuda pada 2021, serta Bapak-ibu penguji sempro dan kompre.

ABSTRAK

STRATEGI GASTRODIPLOMASI THAILAND DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF NEGARA

Oleh:

Yesi Purnamasari

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Universitas Sriwijaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dijalankan pemerintah Thailand untuk meningkatkan citra positif negaranya dengan mengandalkan sektor kuliner. Jenis penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif dengan menggunakan data kualitatif yang didapatkan dari studi pustaka yang relevan dengan penelitian ini. Penulis menggunakan teknik analisis kontekstual dan kategorial yaitu dengan mencocokkan data hasil penelitian dengan definisi konseltual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Thailand berhasil menjalankan strategi gastrodiploomasinya untuk meningkatkan citra positif bangsanya. Beberapa program yang dijalankan Thailand seperti melakukan revitalisasi terhadap *Kitchen of The World 2018*, *halal food tourism*, festival di luar negeri yang memberikan dampak baik bagi Thailand seperti restoran-restoran Thailand yang semakin bertambah di luar negeri. Thailand juga berusaha membangun citra positif negaranya dimata dunia, dengan mendongkrak kuliner lokal sehingga dapat memperbaiki citra Thailand dimata dunia kea rah yang lebih positif.

Kata kunci : Gastrodiploماسi, Thailand, Citra Positif

Dosen Pembimbing 1,



Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M.
196504271989031003

Dosen Pembimbing 2,



Gunawan Lestari Elake, S.IP., MA.
198405182018031001

Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M.
196504271989031003

ABSTRACT

STRATEGI GASTRODIPLOMASI THAILAND DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF NEGARA

Oleh:

Yesi Purnamasari

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Universitas Sriwijaya

This research aims to determine the strategy that carried out by the Thai government to improve the country's positive image by relying on the culinary sector. This type of research is descriptive-qualitative by using qualitative data that obtained from literature studies that relevant to this research. The author uses contextual and categorical analysis techniques, namely by matching the research data with the consular definition. The results of the research show that Thailand has succeeded in carrying out its gastrodiplomacy strategy to improve the positive image of its nation. Several programs run by Thailand such as Thai Global and Kitchen of The World that have had a good impact on Thailand such as the increasing number of Thai restaurants abroad. Thailand is also trying to create a positive image of its country in the eyes of the world, by boosting local cuisine so that it can improve Thailand's image in the eyes of the world in a more positive direction.

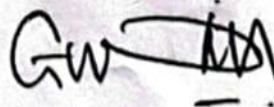
Keywords: Gastrodiplomacy, Thailand, Positive Image

Dosen Pembimbing 1,



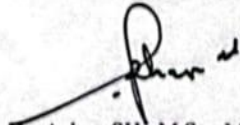
Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M.
196504271989031003

Dosen Pembimbing 2,



Gunawan Lestari Elake, S.IP., MA.
198405182018031001

Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M.
196504271989031003

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Gastrodiplomasi Thailand Dalam Meningkatkan Citra Positif Negara” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

- Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya yang sudah memberikan saya kesempatan untuk kuliah dan mendapatkan beasiswa.
- Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Sc. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan saya kesempatan untuk mendapatkan ilmu di fakultas.
- Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M. selaku ketua jurusan dan Ibu Retno Susilowati, MM., selaku sekretaris jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Teruntuk kepada dua dosen pembimbing skripsi, Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M. dan Bapak Gunawan Lestari Elake, S.IP., MA. Terima kasih banyak sudah bersedia diganggu waktunya disela kesibukan mengajarnya. Terima kasih telah mengarahkan dan membimbing saya dalam menggarap skripsi ini, mulai dari pemilihan judul, permasalahan, operasionalisasi teori, analisis, sampai penelitian ini selesai.
- Seluruh Dosen-dosen Ilmu Hubungan Internasional yang sudah membagikan ilmu dan pengetahuan kepada saya, baik itu melalui kegiatan terjadwal belajar-mengajar ataupun di luar dari itu.
- Karyawan Ilmu Hubungan Internasional khususnya dan pada umumnya karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu keperluan administrasi selama saya kuliah.
- Teristimewa kepada kedua orang tua yang saya cintai serta adik-adik saya lidya dan rizqy yang saya sayangi yang telah memberikan motivasi dan dukungan baik moral maupun

material serta doa yang tiada henti untuk saya sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar.

- Teristimewa kepada Muhammad Yusuf yang selalu membantu, mendukung, mendoakan, meluangkan waktu, memberikan motivasi dan menjadi support system terbaik sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar.

- Kepada kelima sahabat-sahabat saya (Fera Damai Yanti, Riandy Hermawan, Herisya Novera Putri, Desca Firmantara Winata, Annisa Nurul Awalia

) yang telah kebersamai dari awal perkuliahan hingga sekarang, terima kasih telah memberikan bantuan, dukungan, motivasi, dan doa sehingga penyusunan Skripsi ini selesai dengan lancar.

- teman-teman Ilmu Hubungan Internasional angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan dari awal perkuliahan hingga skripsi ini selesai.

- Dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
INTISARI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GRAFIK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Kajian Pustaka	6
1.6. Landasan Teori	14
1.7. Argumen Utama	17
1.8. Metode Penelitian.....	17
1.8.1. Desain Penelitian.....	27
1.8.2. Definisi Konsep.....	18
1.8.3. Fokus Penelitian	20
1.8.4. Unit Analisis	20
1.8.5. Jenis Data dan Sumber.....	20
1.8.6. Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.8.7. Teknik Analisis Data.....	21
1.8.8. Jadwal Penelitian	22
BAB II DESKRIPSI/GAMBARAN UMUM PENELITIAN	23
2.1. Perkembangan Industri Negara Thailand	23
2.2. Perkembangan Branding Dari Seks Ke Kuliner.....	23
2.3. Dinamika Perkembangan Industri Kuliner Thailand.....	25
2.4. Perkembangan Potensi Industri Negara Thailand	27
BAB III STRATEGI GASTRODIPLOMASI THAILAND DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF NEGARA.....	29
3.1. Interaksi Antar Pemerintah, Perusahaan dan Pelaku Bisnis	29
3.2. Promosi Kuliner Terhadap Publik Asing	31
3.2.1 Revitalisasi Terhadap Kitchen Of The World 2018.....	31
3.2.2 Halal Food Tourism 2017-2020	35
3.2.3 Mengadakan Festival Kuliner Thailand di Luar Negeri.....	37
BAB IV PENUTUP	39
4.1. Kesimpulan.....	39
4.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN	44

DAFTAR GRAFIK

Tabel 2.1. Makanan khas Thailand beserta bumbu dan bahan	42
---	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berakhirnya perang dingin menandakan berakhirnya ketegangan global yang merujuk pada pembagian kelompok negara Blok Barat dan Blok Timur (Nurika, 2017: 127). Tatanan dunia baru dalam kajian Hubungan Internasional ini kemudian disebut sebagai era kontemporer. Era dimana negara tidak lagi memfokuskan masalah keamanan militer melainkan memfokuskan untuk membangun dan melindungi negaranya di berbagai bidang seperti sosial, ekonomi, politik, budaya dan lingkungan. Salah satu cara negara di era kontemporer dalam menyelesaikan masalah dan konflik adalah dengan melakukan diplomasi.

Pada era kontemporer, diplomasi menghadapi tantangan baru yang menuntut untuk terus ikut dalam perkembangannya. Dalam pelaksanaannya, munculnya aktor bukan negara dan beragam isu yang bukan hanya soal keamanan militer merupakan tantangan yang harus dihadapi diplomasi. Kemunculan isu-isu kontemporer seperti isu lingkungan, budaya dan sosial merupakan tujuan dari praktek diplomasi publik. Salah satu ciri dari pelaksanaan diplomasi publik adalah keterlibatan banyak aktor di dalamnya, bukan hanya negara tetapi pemerintah daerah, swasta, organisasi non- pemerintahan (*non-governmental organization*), media dan individu dalam suatu negara juga terlibat dalam pelaksanaan diplomasi publik tersebut. Diplomasi publik bertujuan untuk meningkatkan citra bangsa (*nation branding*) dengan sasarannya adalah seluruh bidang yang ada di dunia seperti, lingkungan, budaya, sosial, ekonomi dan juga makanan/kuliner.

Penggunaan makanan sebagai alat diplomasi inilah yang kemudian disebut sebagai gastrodiplomasi. Makanan dan seluruh aspek yang terkait dalam aktivitas konsumsinya, diyakini sebagai sebuah aktivitas komunikasi non-verbal yang menggambarkan bagaimana kita memaknai dunia di sekitar kita (Pham, 2013). Lalu, Pham (2013) dalam tulisannya yang

berjudul *Food as Communication: A Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy* yang dimuat dalam jurnal *Journal of International Service* menjelaskan bahwa dalam gastrodiplomasi, penggunaan makanan sebagai upaya mempromosikan budaya, membangun citra positif, memperkenalkan industri makanan pada khalayak global, menarik turis asing dan membangun hubungan dengan publik internasional yang lebih luas, dan tidak hanya terbatas pada kaum elit saja. Pelaksanaan gastrodiplomasi bukan hanya cara memperkenalkan makanan kepada publik internasional tetapi juga membuka peluang bertukar pikiran terkait cita rasa, sejarah dan budaya yang unik. Salah satu negara di dunia yang cukup aktif dalam melakukan praktek gastrodiplomasi adalah Thailand. Gastrodiplomasi pertama kali dilakukan oleh Thailand menggunakan diplomasi kuliner yang diberi nama “*kitchen of the world*” pada tahun 2002.

Pada abad 13 hingga 18, Thailand merupakan negara yang terkenal dengan wisata seks (*sex tourism*) yang banyak diincar oleh turis-turis dari Brazil, Republik Dominika, Belanda, Filipina, dan Spanyol (Fartiannur, 2018: 1565). Perkembangan industri seks (*sex industry*) ini berdampak negatif seperti banyaknya pekerja seks dan kliennya terjangkit virus HIV/AIDS. Data menunjukkan pada tahun 2009 dari perkiraan 125.530 pekerja seksual di Thailand, penyebaran penyakit HIV/AIDS diperkirakan sebanyak 12% untuk *Male Sex Worker* (MSW) dan hanya 3% untuk *Female Sex Worker* (FSW). Data lain juga menunjukkan bahwa infeksi HIV/AIDS di Thailand terjadi pada pekerja seks komersial (*Female Sex Worker*) dan kliennya menunjukkan 12% (unaid.org, 2014: 1).

Disamping permasalahan wisata seks (*sex tourism*), higienisan makanan di Thailand juga menjadi sebuah permasalahan, khususnya makanan pinggiran (*street food*). Pada Februari 2011 turis yang berasal dari New Zealand yang bernama Sarah Carter meninggal dunia yang diperkirakan kematiannya akibat dari setelah mengkonsumsi makanan pinggiran (*street food*) di salah satu daerah yang ada di Thailand. Permasalahan higienisan makanan

ini terjadi disebabkan oleh kontaminasi bakteri mikrobiologis yang tercampur kedalam makanan dan minuman, sehingga hal ini mengakibatkan kasus keracunan makanan di Thailand setiap tahunnya sekitar 120.000 kasus.

Hal tersebut menyebabkan Thailand memiliki citra yang negatif di mata publik internasional sehingga menjadi penting bagi Thailand untuk membangun citra positif negaranya dan Thailand melalui Menteri Pariwisata Kobkarn Wattanavrangkul melaksanakan sebuah program yang disebut sebagai *Kitchen of The World* untuk menciptakan wisata yang berkualitas dan industri seks di negara mereka segera pergi (Yuliatma Fartiannur, 2018). Upaya Menteri Pariwisata Thailand ini dikategorikan sebagai Diplomasi Publik dalam kerangka Gastrodiplomasi untuk mengupayakan pembentukan citra positif negaranya dan Kobkarn Wattanavrangkul menambahkan sebuah pernyataan "*we want Thailand to be about quality tourism. We want the sex industry gone*". Salah satu cara Thailand dalam melakukan branding, dari negara yang dikenal sebagai negara tujuan wisata seks (*sex tourism*) menjadi wisata makanan (*food tourism*) adalah dengan melakukan gastrodiplomasi, untuk mengimplementasikan hal tersebut, Thailand mengeluarkan kebijakan *Kitchen of The World*, dimana program ini bertujuan untuk meningkatkan keberadaan atau jumlah restoran dengan cita rasa Thailand di luar negeri, agar makanan otentik atau khas Thailand dapat diterima oleh masyarakat internasional.

Pemerintahan Thailand melalui *Kitchen of The World* tercatat sukses meningkatkan jumlah restoran Thailand di belahan dunia dari 5.500 restoran di tahun 2002, menjadi 6875 di tahun 2003 yang berada di luar negeri, 9% dari mereka ada di Amerika Serikat dan Kanada, 20% di Eropa, 15% di Australia dan Selandia Baru, 14% di Asia dan 2% di negara lain, dan menjadi lebih dari 13.000 pada tahun 2009
(Yuliatma Fartiannur, 2018)

Selain itu pemerintah Thailand juga melakukan revitalisasi terhadap program *Kitchen of*

the World di tahun 2018 yang merupakan sebuah skema untuk mempercepat rencana Thailand untuk menjadi eksportir makanan utama dunia serta memperluas startup makanan dan meningkatkan dukungan untuk mempromosikan restoran Thailand di luar negeri, dengan tujuan untuk meningkatkan ekspor makanan agar lebih berkontribusi dari 6% dari PDB negara itu. (bangkokpost.com, 2018).

Beberapa hal yang peneliti sampaikan di atas adalah yang melatar belakangi untuk meneliti strategi gastrodipomasi Thailand dalam mengembalikan citra (*image*) negara mereka dan meningkatkan citra positif negaranya dimana Thailand yang dikenal sebagai wisata seks (*sex tourism*) berusaha untuk mengubah *citra (image)* tersebut menjadi ke arah yang positif yaitu wisata makanan (*food tourism*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut, permasalahan penelitian adalah “Bagaimana strategi gastrodipomasi Thailand dalam meningkatkan citra positif negara?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang serta pertanyaan penelitian, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi gastrodipomasi Thailand dalam meningkatkan citra positif negara.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis

- a. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sumbangan ilmiah baru dalam studi hubungan internasional.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk perbaikan kualitas dalam sebuah penelitian.
- c. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi penelitian yang akan datang.

- d. Hasil penelitian dapat menjadi referensi untuk mahasiswa khususnya mahasiswa Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya.
- e. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat edukasi khususnya sebagai acuan dan referensi mengenai penelitian penelitian yang akan dilakukan selanjutnya yang berhubungan dengan gastrodiplomasi dalam suatu Negara.

1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis

Penelitian ini sangat bermanfaat untuk menambah wawasan dan menjadi referensi tambahan bagi setiap aktor hubungan internasional individu, pemerintah, organisasi non-pemerintah baik dalam skala nasional, regional hingga internasional mengenai gastrodiplomasi suatu Negara dalam meningkatkan citra positif bangsanya seperti yang di bahas peneliti dalam penelitian ini dengan mengangkat judul “Gastrodiplomasi Thailand Dalam Meningkatkan Citra Positif Bangsa”.

1.5 Kajian Pustaka

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang akan menjadi rujukan dalam penelitian ini.

Fazri Ramadhan dan Dkk (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Budaya Kuliner Sebagai Soft Power: Studi Perbandingan Thailand Dan Republik Korea. Dimana dalam jurnal ini peneliti mengangkat Negara Thailand dan Republik Korea sebagai contoh pemakai budaya kuliner sebagai kekuatan lunak (*soft power*) melalui gastrodiplomasi. Disini Thailand memanfaatkan kuliner untuk merubah citra wisata seks menjadi wisata kuliner. Sedangkan Republik korea memanfaatkan gastrodiplomasi ini untuk melakukan ekspansi bisnis dan mempengaruhi opini publik. Thailand dengan *Kitchen of the World* nya dan Republik Korea dengan *Taste of Korea*. Dengan melakukan gastrodiplomasi ini kedua negara tersebut bisa mengubah opini publik, yang tadinya Thailand terkenal dengan wisata seks sekarang mampu berubah menjadi destinasi wisata kuliner seperti tom yam yang menjadi salah satu kuliner yang sangat terkenal di Thailand dan mampu mengubah semua image buruk itu hilang.

Sedangkan republic korea memnggunakan kekuatan lunak (*soft power*) dalam mempengaruhi publik menuju arah yang lebih baik lagi melalui stasiun tv untuk mengenalkan kuliner dari negara mereka. Kesamaan peneliti dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Thailand untuk mengubah image wisata seks menjadi wisata kuliner yang terkenal di seluruh penjuru dunia.

Adirini Pujayanti (2017) dalam penielitiannya yang berjudul Gastrodiplomasi-Upaya Memperkuat diplomasi Indonesia. Dimana dalam jurnal ini peneliti menjelaskan bahwa gastrodiplomasi sangatlah penting dilakukan guna memperkuat diplomasi Indonesia, gastrodiplomasi juga sangat membantu meningkatkan ekonomi negara dan disini peran Kementrian Luar Negeri dan aktor utama implementasi sangat digunakan dalam menjalankan gastrodiplomasi ini. Upaya gastrodiplomasi juga timbal balik antar instansi terkait dengan tujuan yang jelas guna pengembangan program secara nasional, karena melalui festival atau acara kuliner yang di kemas dalam kebudayaan maupun promosi pariwisata belum dapat memperkuat gastrodiplomasi Negara tersebut. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan gastrodiplomasi guna memperkuat hubungan antar Negara dan meningkatkan nilai Negara melalui kuliner.

Yuliatma Fatiannur (2018) dimana dalam jurnal ini Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan kepentingan Thailand dalam melakukan gastrodiplomasi melalui *Kitchen Of The Word* nya yang bertujuan mengubah gambaran negatif terhadap negaranya yang terkenal dengan wisata seks (*sex tourism*), perlahan dapat diperbaiki image negaranya menjadi wisata makanan (*food tourism*) yang otomatis akan meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Thailand. *Kitchen Of The World* ini juga memberikan dampak kepada kepentingan ekonomi Thailand yaitu terbukanya pasar bagi industri wisata halal dan makanan halal Thailand. Melalui pariwisata halal, *Kitchen of the World* juga merambah industri makanan halal dengan pasar utama di negara Malaysia, Brunei, Uni Emirat Arab, Qatar, Saudi Arabia, Indonesia,

dan Mesir. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis ini adalah menggunakan metode deskriptif-kualitatif dalam melakukan penelitian ini.

Dian Anggraeni dan Erna Kurniawati (2016) dalam jurnal ini peneliti menjelaskan bahwa adanya diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang dan Amerika Serikat dengan menggunakan *washoku* sebagai bagian dari budayanya melalui gastrodiplomasi. Gastrodiplomasi ini bisa terjadi dengan adanya campur tangan dan bantuan dari aktor yang meliputi pemerintah, actor non-Negara, pelaku bisnis, masyarakat, pendidikan dan media. *Washoku* juga sudah terdaftar kedalam warisan budaya tak benda UNESCO pada tahun 2013. Persamaan peneliti dalam penelitian ini adalah sama sama membahas gastrodiplomasi dalam memperkuat suatu Negara dalam melakukan diplomasi dengan Negara lain.

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Keterangan
1.	Nama Penulis	Fazri Ramadhan, Teuku Rezasyah, dan Windy Dermawan
	Judul	Budaya Kuliner Sebagai Soft Power: Studi Perbandingan Thailand Dan Republik Korea
	Nama Jurnal	Insignia journal of international relations. Vol.6,No.2, November 2019, 137-153 P-ISSN: 2089-1962; E-ISSN: 2597-9868. Universitas Padjajaran.
	Tahun	2019

		<p>Dalam jurnal ini, peneliti mengangkat Negara Thailand dan Republik Korea sebagai contoh pemakai budaya kuliner sebagai kekuatan lunak (<i>soft power</i>) melalui gastrodiplomasi. Disini Thailand memanfaatkan kuliner untuk merubah citra wisata seks menjadi wisata kuliner. Sedangkan Republik Korea memanfaatkan gastrodiplomasi ini untuk melakukan ekspansi bisnis dan mempengaruhi opini publik. Thailand dengan <i>Kitchen of the Worldnya</i> dan Republik Korea dengan <i>Taste of Korea</i>. Dengan melakukan gastrodiplomasi ini kedua Negara tersebut bisa mengubah opini publik, yang tadinya Thailand terkenal dengan wisata seks sekarang mampu berubah menjadi destinasi wisata kuliner seperti tom yam yang menjadi salah satu kuliner yang sangat terkenal di Thailand dan mampu mengubah semua citra (<i>image</i>) buruk itu hilang. Sedangkan Republik Korea memnggunakan kekuatan lunak (<i>soft power</i>) dalam mempengaruhi publik menuju arah yang lebih baik lagi melalui stasiun tv untuk mengenalkan kuliner dari Negara mereka. Kesamaan peneliti dengan penelitian ini adalah sama sama membahas gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Thailand untuk mengubah citra (<i>image</i>) wisata seks menjadi wisata kuliner yang terkenal di seluruh penjuru dunia.</p>
	Perbandingan	<p>Perbandingan dalam penelitian adalah penelitian ini membahas perbandingan kedua Negara (Thailand dan Republik Korea) yang melakukan gastrodiplomasi dengan cara yang berbeda, sedangkan peneliti hanya fokus terhadap satu Negara saja yaitu Negara Thailand.</p>
2.	Nama Penulis	Adirini Pujayanti
	Judul	Gastrodiplomasi-Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia

Nama Jurnal	Politica Vol. 8 No. 1 Mei 2017. Hal : 38-56. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR
Tahun	2017
Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa gastrodiplomasi sangatlah penting dilakukan guna memperkuat diplomasi Indonesia, gastrodiplomasi juga sangat membantu meningkatkan ekonomi Negara dan disini peran Kementrian Luar Negeri dan aktor utama implementasi sangat digunakan dalam menjalankan gastrodiplomasi ini. Upaya gastrodiplomasi juga timbal balik antar instansi terkait dengan tujuan yang jelas guna pengembangan program secara nasional, karena melalui festival atau acara kuliner yang di kemas dalam kebudayaan maupun promosi pariwisata belum dapat memperkuat gastrodiplomasi Negara tersebut. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan gastrodiplomasi guna memperkuat hubungan antar Negara dan meningkatkan nilai Negara melalui kuliner.
Perbandingan	Perbandingan dalam penelitian ini adalah peneliti fokus pada gastrodiplomasi dalam memperkuat diplomasi Indonesia, sedangkan peneliti lebih fokus kepada gastrodiplomasi yang di lakukan oleh Negara Thailand.
Nama Penulis	Yuliatma Fatiannur
Judul	Kepentingan Thailand Dalam Melakukan <i>Gastrodiplomacy</i> Melalui <i>Kitchen Of The World</i>
Nama Jurnal	Ejournal Ilmu Hubungan Internasional, 2018, 6 (4)1565-1582 ISSN 2477-2623 (online), ISSN 2477-2615 (print), ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id
Tahun	2018

		<p>Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan kepentingan Thailand dalam melakukan gastrodiplomasi melalui <i>Kitchen Of The World</i> nya yang bertujuan mengubah gambaran negatif terhadap negaranya yang terkenal dengan wisata seks (<i>sex tourism</i>), perlahan dapat diperbaiki citra (<i>image</i>) Negaranya menjadi wisata makanan (<i>food tourism</i>) yang otomatis akan meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Thailand. <i>Kitchen Of The World</i> ini juga memberikan dampak kepada kepentingan ekonomi Thailand yaitu terbukanya pasar bagi industri wisata halal dan makanan halal Thailand. Melalui pariwisata halal, <i>Kitchen of the World</i> juga merambah industri makanan halal dengan pasar utama di negara Malaysia, Brunei, Uni Emirat Arab, Qatar, Saudi Arabia, Indonesia, dan Mesir. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan metode deskriptif-kualitatif dalam melakukan penelitian ini.</p>
	Perbandingan	<p>Perbandingan dalam penelitian ini adalah penelitian ini lebih fokus dengan kepentingan gastrodiplomasi Thailand melalui <i>Kitchen Of The World</i>nya, sedangkan peneliti membahas bagaimana gastrodiplomasi yang dilakukan Thailand dalam meningkatkan citra bangsa.</p>
4.	Nama Penulis	Dian Anggraeni dan Erna Kurniawati
	Judul	<i>Gastrodiplomacy “Washoku”</i> Jepang Di Amerika Serikat
	Nama Jurnal	Volume 19, Nomor 1, September 2016, Hal : 35-49. UPN veteran Yogyakarta.
	Tahun	2016

	Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa adanya diplomasi publik yang dilakukan oleh Jepang dan Amerika Serikat dengan menggunakan <i>washoku</i> sebagai bagian dari budayanya melalui gastrodiplomasi. Gastrodiplomasi ini bisa terjadi dengan adanya campur tangan dan bantuan dari aktor yang meliputi pemerintah, aktor non-Negara, pelaku bisnis, masyarakat, pendidikan dan media. <i>Washoku</i> juga sudah terdaftar kedalam warisan budaya tak benda UNESCO pada tahun 2013. Persamaan peneliti dalam penelitian ini adalah sama sama membahas gastrodiplomasi dalam memperkuat suatu Negara dalam melakukan diplomasi dengan Negara lain
	Perbandingan	Perbandingan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian ini Jepang menjadikan <i>washoku</i> sebagai gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Amerika Serikat. Sedangkan penulis hanya fokus kepada gastrodiplomasi Negara Thailand dalam meningkatkan citra positif bangsa.
5	Nama Penulis	Nadia Widianti
	Judul	Membangun Citra Kuliner Thailand melalui Gastrodiplomacy
	Nama Jurnal	Jurnal Hubungan Internasional. Penerbit : Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada
	Tahun	2017

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Proses yang dilalui oleh pemerintah Thailand dalam rangka meningkatkan image negaranya melalui gastrodiplomacy ini akan dilihat melalui tiga konsep utama dalam nation branding yang dikemukakan oleh Dinnie (2008) yaitu: brand identity, brand image, serta brand positioning. Kemudian dari sini akan terlihat bagaimana Thailand memetakan mereknya sebagai bagian dari proses gastrodiplomacy-nya agar menjadi sebuah citra positif yang sangat berguna bagi persaingannya di dalam pasar global, menguatkan sektor pariwisata negara serta meningkatkan citranya terutama dari sisi industry</p>
<p>Perbandingan</p>	<p>Perbandingan dalam penelitian ini adalah penelitian ini lebih fokus dengan strategi Thailand dalam meningkatkan citra positif negaranya melalui revitalisasi <i>Kitchen of the World</i> yang di laukan oleh thailand pada tahun 2018, dan strategi melalui Halal <i>Food Tourism</i> .</p>

Sumber : Hasil Konstruksi Peneliti, berdasarkan 4 Jurnal Penelitian

1.6 Landasan Teori (Landasan Konseptual)

1.6.1 Kerangka Teori

a. Gastrodiplomasi

Gastrodiplomasi merupakan bagian dari diplomasi publik yang dapat berperan membantu proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara. Gastrodiplomasi menggunakan makanan sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran merk (*brand awareness*) bangsa menekankan nilai-nilai yang memuat gambaran mengenai kebudayaan suatu Negara. Gastrodiplomasi menjadi alternatif bagi Negara untuk memroyeksikan pengaruh mereka kepada publik Negara lain.

Rockower (2011: 107) menjelaskan definisi gastrodiplomasi adalah suatu kegiatan komunikasi dengan makanan sebagai elemen utama dalam memberikan pemahaman terkait budaya kuliner bagi publik asing. Kata gastrodiplomasi berasal dari gabungan kata gastronomi dan diplomasi, yang dimana gastronomi disebut sebagai ilmu yang mempelajari tentang tata boga atau makanan.

Paul S. Rockower (2011: 108) kembali menjelaskan bahwa gastrodiplomasi merupakan diplomasi dengan menggunakan makanan sebagai media untuk meningkatkan kesadaran merk (*brand awareness*) dan memberikan pemahaman kepada publik terkait kebudayaan suatu Negara. Pujayanti (2017: 39) menambahkan bahwa gastrodiplomasi juga merupakan cara bagi Negara untuk melakukan promosi kebudayaannya di panggung global dan upaya meningkatkan kesadaran terhadap kesadaran merk (*brand awareness*) bangsa menggunakan makanan. Paul Rockower mengkarakteristikan praktek gastrodiplomasi sebagai berikut :

1. Berdiplomasi publik mencoba berkomunikasi mengenai budaya kuliner dengan publik asing yang lebih luas lagi, dan lebih memfokuskan diri lagi pada publik yang

lebih luas daripada hanya sebatas tingkat elit.

2. Salah satu usaha praktek gastrodiplomasi yaitu untuk meningkatkan citra bangsa (*nation branding*) melalui diplomasi budaya yang mempromosikan pemahaman terhadap budaya kuliner kepada publik Internasional.

b. Kepentingan Nasional

Fartianur (2018: 1566) mengutip dari Hans J. Morgenthau yang mengatakan bahwa kepentingan nasional adalah kemampuan minimum Negara untuk melindungi dan mempertahankan identitas fisik, politik, dan kultur dari gangguan Negara lain. Jeck C. Piano dan Roy Olton menjelaskan, bahwa kepentingan nasional adalah tujuan mendasar serta faktor yang sangat menentukan yang memandu para pembuat keputusan dalam merumuskan sebuah politik luar negeri yang dijalankan, kepentingan nasional merupakan konsep umum, tetapi juga merupakan unsur yang menjadi kebutuhan yang sangat vital bagi Negara. Unsur tersebut mencakup seluruh kelangsungan hidup bagi bangsa dan Negara., kemerdekaan, keutuhan wilayah, kesejahteraan ekonomi dan keamanan militer.

Menurut Clinton, kepentingan nasional dapat dijelaskan dari 2 aspek yang berbeda. Pertama, kepentingan nasional adalah kebaikan bagi masyarakat. Dan dapat di definisikan masyarakat adalah sebuah komunitas yang dapat saling menghormati, menghargai, serta mengikat seluruh anggotanya. Kedua, kepentingan nasional adalah merujuk pada prinsip diplomasi yang lebih mengutamakan kebaikan bersama dalam masyarakat dan hubungannya dengan unit nasional lainnya sebagai tujuan akhir dari berdiplomasi. Dalam hal ini kepentingan nasional merupakan tujuan Negara dalam mempertahankan atau menambah kekuasaannya.

1.6.2 Alur Pemikiran



Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana strategi yang dilakukan pemerintah Thailand dalam mencapai citra bangsa, dalam gastrodiplomasi, *nation branding* merupakan bentuk pencapaian dalam kesuksesan pencapaian pelaksanaannya. Untuk mencapai *nation branding* tersebut, Pemerintah Thailand menjalankan strategi gastrodiplomasi melalui interaksi

antar pemerintah, perusahaan dan pelaku bisnis; kebijakan negara; promosi kuliner terhadap publik asing; pencapaian kepentingan nasional; pembentukan citra positif.

1.7 Argumen Utama

Berdasarkan paparan pada latar belakang, rumusan masalah, teori, alur pemikiran dan fokus pemikiran, maka peneliti menyampaikan argument utama yaitu Thailand yang berusaha untuk mengubah citra (*image*) negatifnya sebagai negara yang dikenal dengan industry seks (*sex industry*) menjadi negara yang dikenal dengan kekayaan kulinernya dengan menggunakan strategi gastrodiplomasi dengan tujuan mencapai *nation branding*, yaitu dengan interaksi antar pemerintah, perusahaan dan pelaku bisnis; kebijakan negara; promosi kuliner terhadap publik asing; pencapaian kepentingan nasional; pembentukan citra positif.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Desain Penelitian

Peneliti menggunakan desain penelitian deskriptif-kualitatif. Dalam buku pedoman penulisan skripsi jurusan Hubungan Internasional (2019: 36). Dijelaskan bahwasannya penelitian deskriptif lebih mengarah kepada penggambaran secara spesifik tentang fenomena tertentu. Lamont (2015: 30) mengatakan bahwa metode kualitatif adalah jenis deskriptif dan interpretasi. Jenis ini memfokuskan peneliti untuk menggambarkan dan menjelaskan bahwa masalah penelitian, peristiwa dan data-data yang didapatkan. Data-data dan fenomena yang didapatkan kemudian diinterpretasikan dan disimpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian. Kelebihan dari jenis deskriptif adalah mampu menggambarkan suatu peristiwa secara detail dan mampu menjawab rumusan masalah yang meminta eksplanasi atau rumusan masalah yang bersifat “Bagaimana”.

1.8.2 Definisi Konsep

a. Diplomasi Publik

Diplomasi publik didefinisikan sebagai suatu kegiatan komunikasi pemerintah dengan publik yang berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri melalui pemerintah dan publik sebagai aktornya.

b. Gastrodiplomasi

Gastrodiplomasi merupakan bagian dari diplomasi publik yang dapat berperan membantu proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara. Gastrodiplomasi menggunakan makanan sebagai sarana untuk meningkatkan brand awareness bangsa menekankan nilai-nilai yang memuat gambaran mengenai kebudayaan suatu negara. Gastrodiplomasi menjadi alternatif bagi negara untuk untuk memproyeksikan pengaruh mereka kepada publik negara lain. Makanan menjadi sarana komunikasi non-verbal yang sangat kuat untuk mengubah persepsi publik internasional dan mempromosikan negara di panggung global.

c. Soft Power

Soft power menurut Joseph Nye (dalam Rosyidin, 2018: 256) merupakan kemampuan suatu negara untuk membujuk aktor lain untuk melakukan apa yang diinginkannya melalui daya tarik (*attraction*) dan tidak bersifat paksaan. Soft power menekankan pada cara-cara halus yang sering kali tidak kasat mata dan mampu menarik perhatian.

d. Kepentingan Nasional

Kepentingan Nasional adalah konsep utama dalam Hubungan Internasional. Semua bangsa selalu terlibat dalam proses memenuhi atau mengamankan tujuan kepentingan nasional mereka. Kebijakan luar negeri masing-masing negara dirumuskan berdasarkan kepentingan nasionalnya dan selalu bekerja untuk mengamankan tujuannya. Ini adalah hak yang diterima secara universal dari setiap negara untuk mengamankan kepentingan nasionalnya.

e. Nation Branding

Nation branding adalah tercipta ketika pemerintah atau sebuah perusahaan swasta (*private company*) menggunakan kekuatan untuk membujuk siapapun yang memiliki kemampuan untuk merubah citra (image) Negara (Gudjonson: 2005)

1.8.3. Fokus Penelitian

Tabel 1.3 Fokus penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Strategi Gastrodiplomasi Thailand dalam Meningkatkan Citra Positif Negara	<i>Nation branding</i>	Interaksi antar pemerintah, perusahaan dan pelaku bisnis
		Kebijakan Negara
		Promosi kuliner terhadap publik asing
		Pencapaian kepentingan nasional
		Pembentukan citra positif

Sumber : Hasil Konstruksi Penulis

1.8.4. Unit Analisis

Unit analisis merupakan salah satu komponen dari penelitian kualitatif. Secara fundamental, unit analisis berkaitan dengan masalah penentuan apa yang dimaksud dengan kasus dalam penelitian. Dalam studi kasus klasik, kasus mungkin bisa berkenaan dengan seseorang, sehingga perorangan merupakan kasus yang dikaji, dan individu tersebut unit analisis primernya (Yin, 2014:30). Unit analisis yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah gastrodiplomasi Thailand

1.8.5. Jenis Data dan Sumber

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan data kualitatif yang didapatkan dari studi pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini.

b. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. Sumber data didapatkan dengan menelaah sejumlah literatur untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan topik ini. Data-data yang didapatkan melalui buku, jurnal, artikel, dan dari media elektronik.

1.8.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi kepustakaan. Data yang diperoleh yaitu dari sumber-sumber berupa jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan buku-buku yang dianggap relevan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Data yang di ambil dari sumber-sumber ini, menjadi bagian inti yang

berfungsi sebagai pendukung dalam menganalisis permasalahan dalam penelitian ini.

1.8.7. Teknik Analisis Data

Berdasarkan Buku Pedoman Penulisan Skripsi Ilmu Hubungan Internasional (2019: 23), teknik analisis data untuk penelitian kualitatif berbentuk metode kontekstual dan kategorial. Metode kontekstual dan kategorial merupakan cara yang dilakukan dengan cara mencocokkan data dengan definisi konseptual. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencocokkan data yang diperoleh dari hasil studi dokumentasi dengan definisi konsep yang telah dijelaskan.

1.8.8. Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dimulai dari bulan Oktober 2020 hingga Juni 2021. Adapun rancangan jadwal penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4 Jadwal Penelitian

Rencana Kegiatan	Waktu Pelaksanaan					
	Jan	Jan- Mar	Apr- Mei	Juni	Jul- Agt	Sept
Persiapan						
a. Pengajuan Judul						
b. Persiapan Judul						
c. Persetujuan Bimbingan						
Pelaksanaan						
a. Pembimbing Bab I						
b. Seminar Proposal						
c. Revisi Proposal						
d. Pengumpulan Data						
Pengolahan Data						
a. Bimbingan Bab II						
b. Bimbingan Bab III						
c. Bimbingan Bab IV						
Sidang						
a. Pendaftaran						
b. Penyerahan Draf Skripsi						
c. Persiapan Sidang						
d. Sidang Skripsi						

Sumber : Hasil Konstruksi Penulis

1.7.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, secara umum mendeskripsikan mengenai masalah penelitian, argumen peneliti dan menjelaskan mengapa penelitian ini dilakukan. Bab I memaparkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis penelitian dan metode penelitian

BAB II DESKRIPSI/GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Pada bab ini, berisi gambaran umum mengenai objek penelitian yang akan diteliti, yang mencakup deskripsi dan informasi yang berhubungan dengan unit analisis dan unit ekplanasi penelitian.

BAB III PEMBAHASAN

Pada bab ini, merupakan bagian inti dari skripsi yang berisi analisis dan temuan penelitian, yang mana penulis memaparkan analisis dan interpretasi mengenai data serta fenomena yang terkait dengan penelitian yang tentunya berkaitan dengan teori dan konsep yang di gunakan.

BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan refleksi keseluruhan atas penelitian yang dilakukan oleh penulis, yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., & Kurniawati, E. (2018). *Gastrodiplomacy “Washoku” Jepang Di Amerika Serikat*. Yogyakarta: UPN “veteran”.
- Anggraini, M. (2018, September). *gastrodiplomasi sebagai strategi pengembangan pariwisata kuliner Indonesia dalam mendukung program ASTP*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Aree, S. (2019). *Thai Halal: ‘Religious Compliance and Scientific Support.’* Dikases pada 10 Agustus 2021.dari Thai Halal Food Information Center website:
http://www.thaihalalfoods.com/EN/food_situation.php?id=6
- Bainus, A., & Rachman, J. B. (2018). *Kepentingan Nasional dalam Hubungan Internasional*.
- Bangkok Post. (2018). Thailand Halal Assembly 2018. Diakses pada 10 Agustus 2021. Dari : Bangkok Post website: <https://www.bangkokpost.com/business/1597018/thailand-halalassembly-2018>
- Hanum, J. A. (2018). *Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan Terhadap Asean Melalui Gastrodiplomasi Periode 2012-2017*. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Kompas.com. (2020). *Inikah Festival Food Truck Terbesar di Dunia?*.diakses pada 15 juli 2021 di <https://pas.comtravel.com/read/2020/02/16/070800727/inikah-festival-food-truck-terbesar-di-dunia-?page=all>
- Nuttavuthisit Krittinee (2007) *Branding Thailand: Correcting the negative image of sex tourism*. Bangkok, Thailand : Chulalongkorn University.
- Nabila Mutiara (2018). *Thailand Gelar Festival Budaya dan Kuliner di Jakarta*. Diakses pada tanggal 13 juli 2021 di <https://kabar24.bisnis.com/read/20180407/79/781525/thailand-gelar-festival-budaya-kuliner-di-jakarta>
- Pham, M. J. (2013). *Food as Communication: A Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy*. Washington, D.C.: International Service.
- Pujayanti, A. (2017). *Gastrodiplomasi–Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia*. Jakarta: Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR.
- Purnama Chandra.dkk. (2021). *Diplomasi Publik Thailand melalui Industri Halal*. Bandung. Hubungan Internasional, Universitas Padjadjaran Bandung.
- Putri, A. J. (2019). *Gastrodiplomasi Dan Kemajuan Pariwisata Kuliner Peru Tahun 2005 2017*. Jawa Timur: Universitas Airlangga.
- Ramadhan, F., Rezasyah, T., & Dermawan, W. (2019). *Budaya Kuliner sebagai Soft*

Power: Studi Perbandingan Thailand dan Korea Selatan. Sumedang: Universitas Padjajaran.

Thai Ending AIDS, terdapat di

https://www.unaids.org/sites/default/files/country/documents/tha_narative_report_2014.pdf.

TAT Newsroom (2020). *Thailand hosts "World's Largest Parade of Food Trucks"*.

Diakses pada tanggal 15 juli 2021 di <https://www.tatnews.org/2020/02/thailand-hosts-worlds-largest-parade-of-food-trucks/>

Good news from Indonesia. (2020). *Kisah Kuliner Thailand yang Mendunia: Dari Lumpur Perang Hingga Menjadi Primadona*. Diakses pada tanggal 26 juli 2021 di

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/11/08/kisah-kuliner-thailand-yang-mendunia-dari-lumpur-perang-hingga-menjadi-primadona>

Alenia.id.(2020). *Bagaimana Thailand dan Korea menginvasi dunia lewat kuliner*. Diakses pada tanggal 26 juli 2021 di

<https://www.alinea.id/dunia/bagaimana-thailand-dan-korea-menginvasi-dunia-lewat-kuliner-b1ZRP9wsh>

Siso,Deborah,Jessica.(2021). *Strategi Gastrodiplomasi Thailand Dalam Mendukung Thailand Food Toursim 2017-2020*. Samarinda: Universitas Mulawarman.

CNN Indonesia (2018). *Thailand Merasa Gerah Disebut Surga Wisata Seks*. Diakses pada tanggal 20 september 2021 di

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180301123653-269-279673/thailand-merasa-gerah-disebut-surga-wisata-seks>

Fatiannur Y. (2018). *Kepentingan Thailand Dalam Melakukan Gastrodiplomacy Melalui Kitchen Of The World*. Samarinda: Universitas Mulawarman.

Widianti N. (2017). *Membangun Citra Kuliner Thailand Melalui Gastrodiplomacy*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada .