



Article Informations
Corresponding Email:
drmwnsam@gmail.com

Received: 15/08/2024; Accepted:
07/02/2025; Published: 07/02/2025

GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN UNTUK MENINGKATKAN WISATAWAN INDONESIA TAHUN 2021-2023

Firna Mutiarani

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Universitas Jenderal Achmad Yani

Abstrak

Praktik gastrodiplomasi yang dilakukan Korea Selatan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia tahun 2021-2023, Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia, strategi gastrodiplomasi ini berfokus pada makanan halal. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari penelitian akan dipaparkan mengenai strategi gastrodiplomasi Korea Selatan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia melalui program-program halal yang dibuat oleh pemerintahan Korea Selatan.

Kata Kunci : Gastrodiplomasi, Korea Selatan, Indonesia, Strategi

Abstract

The gastrodiplomacy practice carried out by South Korea is an effort to increase Indonesian tourist visits in 2021-2023. Indonesia is the largest Muslim country in the world. This gastrodiplomacy strategy focuses on halal food. The research method used in this research is qualitative. The results of the research will be presented regarding South Korea's gastrodiplomacy strategy in increasing Indonesian tourist visits through halal programs created by the South Korean government.

Keywords : Gastrodiplomacy, Korea Selatan, Indonesia, Strategy

1. PENDAHULUAN

Dengan kemajuan zaman, diplomasi mulai mengalami adanya perkembangan sehingga diplomasi terbagi menjadi beberapa cara

berdiplomasi yang menyesuaikan dengan zaman (Pauline Kerr and Geoffrey Wiseman). Hal ini terlihat dengan adanya proses berdiplomasi yang tidak hanya mengedepankan aktor dalam melakukan proses negosiasi melainkan aktor selain negara, untuk mendapatkan kepentingan yang ingin dicapai. Suatu negara memiliki ciri khas kebudayaannya yang sangat beragam seperti pendidikan, kesenian, ilmu pengetahuan dan olahraga. Begitu pula dengan kuliner atau makanan, layaknya seperti kesenian musik dan tarian, makanan tradisional suatu negara memiliki ciri khas yang beragam. Makanan juga memiliki sejarah dan letak geografis wilayahnya, maka dari itu makanan adalah sebagai suatu hal yang di budi dayakan di setiap daerahnya dan makanan adalah bagian dari kebudayaan. Korea Selatan menjadi salah satu negara yang menjalankan diplomasi publik untuk mengenalkan kebudayaannya yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat internasional. Hal ini dilaksanakan melalui *Korean Wave* atau *Hallyu* sebagai program untuk mempromosikan melalui media drama televisi, musik, film, mode busana, makanan, bahasa, dan kosmetik kepada masyarakat internasional. Untuk menarik wisatawan Indonesia, Korea Selatan menggunakan gastrodipomasi karena melihat masyarakat Indonesia yang sangat gemar berkuliner, Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia, hal ini menjadi sebuah tantangan bagi Korea Selatan untuk membuat program khusus. Melihat bahwa pentingnya makanan halal bagi umat muslim serta minimnya pengetahuan warga Korea Selatan mengenai ajaran Islam tentang makanan halal membuat Pemerintah Korea Selatan dibawah *Korean Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA)* dan *Korean Food Foundation (KFF)* mencoba untuk membuka peluang bisnis di bidang industri makanan halal Korea melalui *Korean Halal Food (Korean Food Foundation)*. Dari keterangan tersebut maka Korea Selatan harus melakukan strateginya dalam upaya menarik masyarakat Indonesia untuk berkunjung ke Korea Selatan.

2. PEMBAHASAN

SEJARAH GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN

Definisi gastrodiplomasi terlihat tumpang tindih dengan konsep lainnya seperti diplomasi kuliner dan *food diplomacy* yang terkesan serupa namun berbeda. Awal dari gastrodiplomasi yang dipelopori oleh Thailand. Di mana Thailand diklaim sebagai negara pertama yang tercatat melakukan kegiatan gastrodiplomasi dengan motif untuk memperkuat pengaruh budayanya secara global. Dikarenakan Thailand dikenal sebagai negara dengan wisata seks nya, maka dari itu pemerintahan Thailand melakukan strategi kebijakan publik gastrodiplomasi untuk menghilangkan citra buruknya di mata internasional. Seiring berkembangnya zaman, aktor dalam hubungan internasional pun semakin bermacam-macam dengan munculnya aktor *non-state* di mana kini bukan hanya pemimpin dan perwakilan antar negara saja yang berkontribusi dalam menjalin hubungan baik antar negara tetapi warga negara ataupun instansi-instansi privat di negara tersebut juga turut serta di dalamnya. Sejak saat itu kemudian seiring berjalannya waktu muncul istilah lain dari 'diplomasi kuliner' yaitu 'gastrodiplomasi'.

HUBUNGAN BILATERAL KOREA SELATAN DAN INDONESIA

Hubungan diplomasi Indonesia dan Korea Selatan telah dimulai pada tahun 1973, ini ditandai dengan penempatan kantor Kedubes atau Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di kota Seoul, Korea Selatan. Begitu pun sebaliknya Kedutaan Besar Korea Selatan telah didirikan di Jakarta, Indonesia. Melihat hubungan diplomasi ini menjadi tanda bahwa terdapat hubungan antara kedua negara ini yang bertujuan untuk melakukan upaya diplomasi (Jayanti, A. D). Korea Selatan dan Indonesia berada pada posisi yang menguntungkan dan mengisi satu sama lain. Dalam hubungan bilateral, keduanya merupakan negara yang berpotensi untuk saling melengkapi. Eratnya hubungan Indonesia dan Korea Selatan didukung oleh sifat komplementarisitas sumber daya dan keunggulan masing masing negara, disamping kemajuan ekonomi dan politik kedua negara yang baik yang berakibat terbukanya peluang Kerjasama di berbagai sektor. Selain itu kedua negara juga secara aktif mendukung dalam forum-forum regional maupun internasional seperti organisasi-organisasi Internasional. Hubungan kedua negara dalam bidang sosial dan budaya pada tahun 2000-an dapat dikatakan

belum maksimal. kegiatan yang dijalin baru dalam tahap pengenalan seni budaya masing-masing negara satu sama lain mengenai barang-barang kerajinan, makanan, tarian dan objek wisata yang dilakukan oleh masing-masing kedutaan besar. kegiatan lebih cenderung bersifat *government to government* di mana kedua negara saling memperkenalkan kebudayaan dalam acara acara tingkat duta besar dan melalui organisasi negara lain seperti dharma wanita persatuan yang seringkali diundang mewakili Indonesia dalam berbagai festival yang diadakan oleh pemerintah Korea.

STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN INDONESIA TAHUN 2021-2023

Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan, pemerintahan Korea perlu melakukan cara yang serius yang bertujuan untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan tersebut. Hal ini tentu saja tidak mudah, maka dari itu diperlukan beberapa aktor selain pemerintah, mengingat banyaknya isu baik dalam maupun luar negeri. Seiring dengan meluasnya *K-Wave*, Meluasnya pengaruh *K-Wave* tersebut ditunjukkan oleh hadirnya nilai-nilai yang dibawanya melintas ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Di Indonesia, produk *K-Food* mulai digemari seiring dengan diterimanya kebudayaan Korea. Survei tahun 2019 menunjukkan 59,8% orang Indonesia mengatakan makanan Korea sangat populer, 26,8% cukup populer, 11,6% populer bagi penggemarnya dan 1,8% mengatakan tidak (Statista Research Department 2021). Pemerintahan Korea Selatan melakukan berbagai upaya yang relevan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan. Tanggal 2 Mei 2019, Kementrian Luar Negeri Republik Korea di Indonesia telah membuka *Korea Visa Application Center* atau disingkat KVAC (KVAC 2019). Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan, pemerintahan Korea Selatan meluncurkan sebuah aplikasi bertema “Halal Korea” yang diberi nama MUFKO (Indira Rezky Sari)

3. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi gastrodiplomasi Korea Selatan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia tersebut adalah : (1) Penyebaran kuliner melalui program *Korean Wave*, *Global Hansik*, *Korean Food Globalization*, *Korean Food Foundation*, (2) melakukan hubungan bilateral Korea Selatan-Indonesia, (3) Melalui strategi *Halal Food*, *Muslim Friendly*, Kerjasama pemerintah dengan Lembaga Sertifikat Halal, (4) Pembuatan aplikasi Halal Korea. Dengan melalui beberapa strategi gastrodiplomasi tersebut, pemerintahan Korea Selatan telah melakukan praktik gastrodiplomasi terhadap Indonesia yang dikatakan efektif. Karena data wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan terus meningkat setiap tahunnya. Selain itu, Korea Selatan juga berhasil dalam menciptakan *nation branding* nya terhadap Masyarakat muslim di Indonesia.

4. REFERENSI

- Al Busyra Basnur, *Diplomasi Publik*. Yogyakarta: Aswa Pressindo., 2018.
- Alexandra, Mujiono, 2019, *Pengantar Diplomasi Sejarah: Teori dan Studi Kasus*, Mulawarman University.
- Ameillina, N. R. (2017). "The Republic of Korea's Gastrodiplomacy Implementation Towards Republic of Indonesia in Promoting Korean Traditional Food (2015-2016)" [President University]. <http://repository.president.ac.id/bitstream/handle/123456789/969/016201300170.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ayu Engga Yuliana, Kendalitasari, dll, *Makanan Sebagai Alat Soft Power : Studi Perbandingan Gastro Diplomasi Jepang*, NUSANTARA : Jurnal Ilmu pengetahuan Sosial. Vol. 8. No. 2
- Anholt, 2003; Dinnine 2008; Dzenovska, 2005, Florek dan Conejo, 2006, Ostapenko, 2010
- Berridge, G, 2010, *Diplomacy: Theory and Practice*, Basingstoke: Palgrave Macmilan, Hal. 1

Bill Daley, "Chefs to serve as culinary diplomats", Chicago Tribune, (8 September 2012), internet, 15 Juni 2017, http://articles.chicagotribune.com/2012-09-08/features/chi-chefs-diplomats_1_rick-bayless-chefs-frontera-gril

BPK, (PERPRES) Nomor 92 Tahun 2007," Pengesahan Persetujuan antara Pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintahan Republik Korea Mengenai Kerjasama di Bidang Kebudayaan", <https://peraturan.bpk.go.id/home/details/42183/perpres-no-92-tahun-2007>

Chapple-Sokol, Sam. "Culinary Diplomacy : Breaking Bread to Win Hearts and Minds". The Hague Journal of Diplomacy. USA : Martinus Hijhoff Publisher (2013), internet, 20 Maret 2017, <http://Culinarydiplomacy.com/wp-content/uploads/2013/09/breaking-bread-to-win-hearts-and-minds.pdf>

C Milton, Cummings, 2009, *Cultural Diplomacy and The United States Government: A Survey*.

CNN Travel, "Your Pick: World's 50 best food", (12 Juli 2017) internet, 10 Agustus 2017, <http://edition.cnn.com/travel/articel/world-best-foods-readers-choice/index.html>

COMCEC Coordination Office, "muslim friendly tourism: Developing and Marketing MFT Produk and Services in the oic member countries" , 47 Agustus 2016. tersedia di https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/muslim_friendly_tourism_developing_and_marketing_mft_products_and_services_in_the_oic_member_states%E2%80%8B.pdf; di akses pada 2 Februari 2020.

Hadiwinata, Bob Sugeng. "*Transformasi Isu dan Aktor di dalam Studi Hubungan Internasional: dari Realisme hingga Konstruktivisme*". Dalam Yulius P. Hermawan. (2007). Transformasi dalam Studi Hubungan Internasional: Aktor, Isu dan Metodologi. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal 20-21.

Hartono, Jogiyanto. *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*,

- (Yogyakarta: Andi, 2018) Hal 193-194
- Hidriyah, S. Penguatan Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Korea Selatan. *Info Singkat Hubungan Internasional*, Vol. 9, No. 6, 5-8. 2017.
- Ih-Prost and Bondaz. "South Korea Trying to Improve It's Nation Branding", Internet, diakses Juli 2014 https://centreasia.eu/sites/default/files/publications_pdf/note_kal_south_korea_trying_to_improve_its_nation_brand.pdf
- Indira Rezky Sari, "liburan ke Korsel? unduh dulu aplikasi halal Korea", Februari 2016; tersedia di <http://www.republika.co.id/berita/o2izfj328/liburan-ke-korsel-unduh-dulu-aplikasi-halal-korea>; diakses pada 5 Desember 2020.
- Jayanti, A. D., Suwartiningsih, S., & Ismoyo, P. J. *Diplomasi Publik Korea Selatan Di Indonesia Melalui Sektor Pendidikan Korea International Cooperation Agency (KOICA)*. KRITIS, Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin, Vol. XXVIII, No. 1, 11-28. 2019.
- Je, Seong Jeon; Yuwanto. *Era emas hubungan Indonesia-Korea : pertukaran kultural melalui investasi dan migrasi*. Jakarta: Kompas. 2014.
- KBRI, 2018, https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu
- Kedutaan Besar Republik Indonesia Seoul. 2000. "Laporan Tahunan 1999/2000 Kedutaan Republik Indonesia Seoul", KBRI Seoul Hal 95
- Kementrian Agama Indonesia (2024), internet, <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>
- Ki-jung Kim, "Hanguk Gonggong-oegyo-ui Hyeonhwang-gwa Gwaje" [Situasi dan Tugas Diplomasi Publik Korea Selatan Saat Ini], dalam *Hanguk Gonggong-oegyo-ui Hwalseong-hwa Bangan [Saran untuk Merevitalisasi Diplomasi Publik Korea Selatan]*, Forum Korea Kesepuluh dari Institut Studi Korea (Seoul: Institut Studi Korea, 2010).
- Korean Food Promotion Institute (KFPI). (2017). *About Korean Food Promotion*

Institute.

[http://www.hansik.org/en/article.do?cmd=html&menu=PEN1010100
&lang=en](http://www.hansik.org/en/article.do?cmd=html&menu=PEN1010100&lang=en)

————— Publishes “*Halal Restaurant Certification Guide*”. Internet,
<http://www.hansik.org/en/board>.

Korean Cultural Center Indonesia (KCCI), “Opening KVAC (Korea Visa Application Center)”, Mei 2019, tersedia di <https://id.korean-culture.org/ko/485/board/231/read/96798;jsessionid=HImeG894boHqwERSr-2L4Yp+.kocc10>, internet; diakses pada Januari 2021.

Korean Kultural Center (KKC),
<https://id.korean-culture.org/id/1025/korea/672>

Lee Hyun-hee (2005, pp 45-62)

Marlinda, A. P. *Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia (2002-2017)*.
Magister Ilmu Hubungan Internasional,
<http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/21448>, 1-29. 2018.

Maya Safira, "Korea Luncurkan Aplikasi Halal Korea Sebagai Petunjuk Restoran dan Produk Makanan Halal" *detikfood*, Oktober 2015; tersedia di <https://food.detik.com/info-halal/d-303481/korea-luncurkan-aplikasi-halal-korea-sebagai-petunjuk-restoran-dan-produk-makanan-halal>; di akses pada dua Januari 2022

Milim, K. (2011). *The Role of Government in Cultural Industry: Some Observations from Korea's Experience*. Keio Communication Review, 33.

Nadia Mahza Prameswari, Hermini Susiatiningsih, Reni Windiani,
“Gastrodiplomasi Korea Selatan dalam Upaya *Nation Branding* di Indonesia sebagai Negara Muslim Terbesar”, *Journal of International Relations*, Vol.8, No.4

Nasution, *Metode Research* (Bandung: Jemmars, 1992) Hal. 39

Norman K. Denzin dan Yvonna S. Linclon, dalam Umar Suryadi Bakry,
Metode Penelitian Hubungan Internasional, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016) Hal.62

Nye, Joseph S. *Public Diplomacy and Soft Power*. The ANNALS of the

- American Academy of Political and Social Science., New York: 2005.
- Pauline Kerr and Geoffrey Wiseman, *Diplomacy In a Globalization World: Theories and Practices*. New York: Oxford University Press., 2018.
- Republic of Korea, "Overview: Ministry Of Foreign Affairs", diakses 25 April 2024 Purpose of Establishment. <http://www.hansik.org/en/article.do?cmd=html&menu=PEN6010100&lang=en>
- Rockower, 2011, *Projecting Taiwan: Taiwan's Public Diplomacy Outreach Issues and Studies*, Hal 107 – 152
- , 2012, *Recipes for Gastrodiplomacy. Place Branding and Public Diplomacy*, Hal 235-245
- , 2014, "The States of Gastrodiplomacy". *Diplomacy Magazine*: 2014, Internet, 21 Juni 2017, <http://www.publicdiplomacymagazine.com/the-state-of-gastrodiplomacy/>
- , "The Gastrodiplomacy Cookbook", *Huffington Post*, (14 September 2010), internet, 15 Juni 2017, http://www.huffingtonpost.com/paul-rockower/the-gastrodiplomacy-cookbook_b_716555.html
- Rara Shertina dan Ario Bimo Utomo. 2021. *Strategi Gastrodiplomasi Pemerintah Korea Selatan Dalam Program Global Hansik Campaign di Indonesia Pada Tahun 2012-2017*. *Al-Qodiri : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Keagamaan*. Volume 19 No.1. Hal.188.
- SaifuddinAnwar, *Metode Penelitian*. (Yogyakarta:PustakaPelajar Offset,2001) Hal.91
- Seung-Yoon, Y. *40 Tahun Hubungan Indonesia-Korea Selatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hlm. 224-225. 200
- & Mas'oed, M. *Politik Ekonomi Masyarakat Korea: Pokok-Pokok Kepentingan dan Permasalahan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2007. Hlm. 65.
- Sheen, Seong-ho. (2014). *dilemma of south Korea's trust diplomasi unification*

- policy. *international journal of Korean unification studies*, 23 : 104-110
- Simon Anholt. 2008. 2008 *Anholt-GFK Roper Nation Brands Index*. Report Highlights : GFK Roper Nation Brands Index. Hal.12.
- Situmorang, Ria Theresia. 2019. "K-food Fair 2019 Sughkan Makanan Serba Korea". Diakses dari <https://traveling.bisnis.com/read/20190728/223/1129606/k-food-fair-2019-sughkanmakanan-serba-korea> pada 2022.
- Soompi. "Wonder Girls Named Honorary Ambassador for Korean Food". 6 September 2011. Diakses pada tanggal 9 Juni 2022 dari situs : <https://www.soompi.com/article/366350wpp/smart-choice-global-kfood-wonder-girls-werenamed-an-honorary-ambassador-for-kfood>
- Statista Research Department (2021)
- Suhaida, Alfian dan Purnami Safitri. Analisis Strategi Gastrodiplomasi Korea Selatan dari Segi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Asing di Korea Selatan 2014-2019, *Indonesia Global Discourse.*, Vol. 3
- Sugiyarto Pramono & Andi Purwono, *Konstruktivisme Dalam Studi HI, Konstruktivisme Dalam Studi Hubungan Internasional: Gagasan dan Posisi Teoritik*, Hal 14
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2006), Hal 222
- The Korean Food Foundation has changed its name to 'the Korean Food Promotion Institution and is making a new start, internet, <http://www.hansik.org/en/board>
- Umar Suryadi Bakry, 2017, *dasar-dasar Hubungan Internasional, Depok: Penerbit Kencana*, Hal. 159
- *Metode Penelitian Hubungan Internasional*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016) Hal.26
- Visitkorea.or.id, "Korea Muslim Travel Fair 2019- Muslim Friendly Korea Festival", 2019, internet, <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-travel-fair-2019-muslim-friendly-korea-festival>, diakses 22 Maret 2022.

Wibisono, B. A. *Penurunan Perdagangan Bilateral Indonesia-Korea Selatan Dalam Kerjasama Working Level Task Force Meeting (WLTFM)*. eJournal Ilmu Hubungan Internasional, Vol. 5, No. 4 , 1381-196. 2017.

Worldometer, internet,

<https://www.worldometers.info/world-population/south-korea-population/>

Zhang, J. (2015). The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns. *International Journal of Communication*, 9, 568–591.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2847>