

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Diplomasi adalah seni dan praktik dalam bernegosiasi terhadap seseorang yang biasa disebut diplomat yang biasanya mewakili sebuah negara atau organisasi. Kata diplomasi sendiri biasanya langsung terkait dengan diplomasi internasional yang membahas tentang berbagai hal seperti teknologi, budaya, sains, pendidikan dan perdagangan. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat muncullah sebuah diplomasi baru yaitu diplomasi digital, dapat disebut juga dengan *eDiplomacy*. Diplomasi digital adalah pemanfaatan teknologi informatika dalam komunikasi informasi untuk meraih tujuan-tujuan diplomatiknya. Dalam hal ini diplomasi digital sudah menjadi bagian dari aktifitas diplomasi (Hudini, 2016).

Politik internasional saat ini diyakini telah mengalami pergeseran menuju era digitalisasi informasi. Dalam konteks hubungan internasional, hal ini mengacu pada era dimana informasi dan teknologi memainkan peranan penting dalam kaitannya dengan upaya pencapaian kepentingan nasional tak terkecuali melalui instrumen diplomasi. Diplomasi antar aktor dalam politik internasional yang semula berfokus pada upaya pencapaian kepentingan melalui dengan cara-cara tradisional, seperti negosiasi formal antar perwakilan negara, tekanan ekonomi dan militer telah bergeser menjadi

diplomasi yang berbasis teknologi dimana upaya pencapaian kepentingan sebuah negara tidak lagi dipengaruhi oleh kekuatan militer dan ekonomi, melainkan dapat dicapai menggunakan teknologi dan informasi (Sapta Dwikardana, 2017).

Mansbach dalam tulisannya yang berjudul *International Relations and Informatika Technology* mengatakan bahwa internet bersamaan dengan inovasi lainnya dibidang teknologi yang mana telah menurunkan posisi teritori wilayah kedaulatan negara dan dengan begitu melemahkan negara dan berkontribusi bagi munculnya pemikiran-pemikiran baru dalam mendefinisikan politik juga dalam menentukan cara atau strategi politik yang baru. Mansbach mengatakan juga teknologi informasi telah mengubah *territory* menjadi *post territory*, sebuah konsepsi bahwa saat ini batas-batas negara tidak ditentukan oleh batasan fisik (Mansbach, 2016).

Konteks Hubungan Internasional, *realpolitik* yang sebagaimana diungkapkan oleh Bollier, merupakan tipe diplomasi tradisional yang selama ini terbilang sangat umum dilakukan oleh negara-negara di dunia. *Realpolitik* merupakan gaya diplomasi yang mengedepankan kekuatan dalam rangka mencapai kepentingan. Sedangkan kecenderungan pergeseran yang terjadi saat ini yaitu munculnya *Netpolitik*, yang mana diplomasi ini merupakan diplomasi baru yang lebih mengedepankan kemampuan penggunaan teknologi internet untuk mencapai kepentingan, baik kepentingan politik, budaya maupun upaya mempengaruhi nilai dan identitas personal (Bollier, 2003).

Kecenderungan penggunaan teknologi dalam berdiplomasi yaitu Kedutaan Besar Jepang untuk Indonesia telah menggunakan media sosialnya melalui *instagram* dengan cara memposting foto menu makan siang yang mana makanan tersebut adalah makanan khas Indonesia. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa Kedutaan Besar Jepang untuk Indonesia telah melakukan diplomasi yang bersifat *Gastrodiplomacy*. *Gastrodiplomacy* merupakan sebuah instrumen untuk menciptakan pemahaman lintas budaya dengan harapan dapat meningkatkan interaksi dan kerjasama internasional (Pujayanti, 2017). *Gastrodiplomacy* juga dapat dikatakan sebuah elemen dalam diplomasi kebudayaan melalui pengenalan budaya makan (Samovar, 2010). Istilah *gastrodiplomacy* pertama kali digagas oleh Paul Rockower yang mana beliau merupakan seorang gastronom. Rockower menekankan bahwa *gastrodiplomacy* merupakan “*the best way to win heart and mind is through the stomach*” dengan kata lain makanan merupakan instrumen yang sangat penting untuk memenangkan hati dan pikiran. Makanan yang merupakan bagian dari sebuah identitas suatu negara dinilai sebagai perantara komunikasi *nonverbal* untuk menyatukan adanya keberagaman. (Rockower P., 2011)

Gastrodiplomacy yang dilakukan oleh Jepang tidak hanya sebatas memperkenalkan makanan dan budaya Jepang kepada masyarakat Indonesia, tetapi juga memperkenalkan makanan khas Indonesia melalui akun *instagram* Kedutaan Besar Jepang untuk Indonesia. Di dalam akun resmi *instagram* Duta Besar Jepang untuk Indonesia dapat dilihat berbagai macam postingan

makanan-makanan khas Indonesia. Selain merupakan bentuk dari *Gastrodiplomacy* Jepang hal tersebut merupakan sarana untuk mempromosikan makanan khas Indonesia kepada warga Negara Jepang maupun publik lain dengan melalui akun instagramnya. Adapun beberapa postingan tersebut dapat dilihat di bawah ini.



Gambar 1.1 Nasi Gandul

Sumber: <https://www.instagram.com/2018>



Gambar 1.2 Mie Ikan Bangka

Sumber: <https://l.instagram.com/2019>



Gambar 1.2 Sup ikan asam pedas khas Manado

Sumber: <https://l.instagram.com/2020>

Postingan-postingan makanan khas Indonesia yang terdapat pada akun Kedutaan Besar Jepang untuk Indonesia di Instagram, yang mana akun tersebut dibuat pada Maret 2018 dan pertama kali diunggah pada tanggal 18 Oktober 2018. Saat itu yang menjadi Duta Besar Jepang untuk Indonesia adalah Masafumi Ishii. Masafumi Ishii merupakan Duta Besar Jepang untuk Indonesia yang di tugaskan pada bulan April 2017 hingga pada akhir di tugaskannya pada Desember 2020 (Kompas.com, 2020).

Banyaknya postingan-postingan pada akun Duta Besar Jepang untuk Indonesia membuat peneliti tertarik untuk memilih tema tentang *Gastrodiplomacy* tersebut, karena jika dilihat dari kaca mata Hubungan Internasional yang melakukan kegiatan memposting makanan adalah aktor negara yaitu Kedutaan besar Jepang untuk Indonesia dan makanan yang diposting merupakan makanan khas Indonesia. Kedutaan besar Jepang

untuk Indonesia mempunyai cara yang unik dalam menjalankan misi diplomasinya di Indonesia. Dubes Ishii mengunggah foto di *instagram* yang sedang menikmati makanan khas Indonesia. Hal tersebut dilakukan secara berkala, dan terkadang Dubes Ishii berpose dengan gaya lucu sehingga menarik perhatian para pengguna media sosial (BBC, 2019). Ia menjadikan kuliner sebagai jembatan antara Indonesia dan Jepang (Azanella, 2020). Dalam kasus ini Kedutaan Besar Jepang merupakan salah satu aktor negara yang menggunakan *instagram* sebagai bentuk *gastrodiplomacy*, sebagaimana yang telah dikatakan oleh Eytan Gilboa bahwa *gastrodiplomacy* merupakan cara untuk menyamarkan ambisi kepentingan nasional dalam menjalankan hubungan diplomatik sebuah negara (Gilboa, 2009). Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas tentang *gastrodiplomacy* yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Jepang untuk Indonesia melalui akun *instagram* tahun 2018-2020.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait analisis *Gastrodiplomacy* Jepang melalui media sosial yang dilakukan oleh penulis merupakan penelitian yang tergolong baru, karena belum banyak yang membahas topik ini sebelumnya. Namun sebagai penguat, penulis menggunakan beberapa jurnal yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1. 1.
Penelitian Terdahulu

| No | Judul | Nama Peneliti | Metode | Hasil | Terbit | Lembaga Penerbit |
|----|---|--|--|--|--------|-----------------------|
| 1 | Promosi Kuliner Jepang Melalui Media Sosial Sebagai Bentuk Diplomasi Publik : Studi <i>Facebook</i> Kedutaan Besar Jepang di Indonesia. | Wa Ode Jumiati Ramadhan, Faturachman Alputra Sudirman Saidin, Fera Tri Susilawaty | Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif | Kedutaan Besar Jepang di Indonesia menggunakan media sosial seperti <i>facebook</i> dalam mempromosikan kuliner hal ini merupakan cara yang efektif mengingat Indonesia merupakan salah satu pengguna terbesar media sosial di dunia | 2020 | Universitas Halu Oleo |
| 2 | Akun <i>Instagram</i> @Taichangoreng Sebagai Bagian Promosi Kuliner Indonesia | Edy Prihantoro, Marina Agustina | Metode yang digunakan adalah Kuantitatif | Terdapat pengaruh yang signifikan antara akun <i>Instagram</i> @taichangoreng sebagai akun kuliner Indonesia | 2019 | Universitas Gunadarma |

| | | | | | | |
|---|--|---------|--|--|------|----------------------------|
| | | | | terhadap ketertarikan <i>netizen</i> (mahasiswa) untuk membeli produk kuliner Indonesia | | |
| 3 | Penggunaan <i>Instagram</i> Dalam Pelaksanaan Diplomasi Publik Oleh Kedutaan Besar Irlandia Di Indonesia Periode 2017-2019 | Sheiren | Penelitian ini menggunakan teori neoliberal yang melihat konsep complex interdependence. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan perkembangan hubungan diplomatik antara Irlandia dengan Indonesia serta penggunaan dari media sosial Instagram | Penggunaan media sosial <i>Instagram</i> sebagai bentuk diplomasi publik di Irlandia dan Indonesia memberikan dampak positif berupa semakin dikenalnya Irlandia oleh publik Indonesia. | 2020 | Universitas Pelita Harapan |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|---|-------|---|
| | | | untuk memperkuat hubungan dengan Indonesia. | | | |
| 4 | Peran Media Sosial Sebagai Alat Diplomasi Digital Global Dalam Upaya Meningkatkan <i>Nation Branding</i> Indonesia Di Era Pemerintahan Joko Widodo | Retno Triastuti | Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang ditunjang dengan tiga konsep yaitu, diplomasi publik, diplomasi digital dan juga <i>nation branding</i> . | Penulis menemukan peningkatan <i>nation branding</i> Indonesia juga sejalan pertumbuhan perdagangan, pariwisata dan investasi. | 2019 | Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta |
| 5 | Peran Non- <i>State Actors</i> Dalam <i>Gastrodiplomacy</i> Indonesia Melalui <i>Ubud Food Festival</i> | P.R.K. Dewi, dan N.W.R. Priadarsini S. | Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif | Melalui penelitian ini diperoleh beberapa aktor non negara yang berperan yakni profesional non pemerintah, kelompok bisnis atau <i>commerce</i> , | 2018. | FISIP Universitas Udayana |

| | | | | | | |
|----|---|-----------------|--|--|------|---|
| | | | | masyarakat sipil atau <i>citizen personal involvement</i> , media massa atau media informasi. | | |
| 6. | <i>The Foods of The Worlds: Maping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns</i> | Juyan Zhang | Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode penelitian <i>literature research</i> . | Penulis menemukan bahwa kampanye gastrodiplomasi ditandai dengan komunikasi yang menggabungkan beberapa hal, seperti: pemasaran produk, periklanan, hubungan masyarakat, urusan publik, dan lainnya. | 2015 | International Journal of Communication |
| 7. | <i>Food as Communication: A Case Study of South Korea's</i> | Mary Jo A. Pham | Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif | Penelitian ini menunjukkan bahwa gastrodiplomasi bisa menjadi | 2017 | Journal of International Service, School of International |

| | | | | | | |
|--|------------------------|--|--|---|--|----------|
| | <i>Gastrodiplomacy</i> | | | praktek mengeksport warisan kuliner suatu Negara. | | Service. |
|--|------------------------|--|--|---|--|----------|

Penelitian yang dilakukan oleh Wa Ode Jumiati Ramadhan, Faturachman Alputra Sudirman Saidin, dan Fera Tri Susilawaty di tahun 2020 dengan judul Jurnal Promosi Kuliner Jepang Melalui Media Sosial Sebagai Bentuk Diplomasi Publik: Studi *Facebook* Kedutaan Besar Jepang di Indonesia, penelitian ini berfokus terhadap *gastrodiplomacy* yang dilakukan oleh Jepang dengan menggunakan kuliner Jepang melalui media sosial. Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan keefektifitasan penggunaan media sosial dalam mempromosikan kuliner Jepang, dan pada akhir penelitian diketahui bahwa menggunakan media sosial seperti *Facebook* dalam mempromosikan kuliner Jepang merupakan cara yang efektif mengingat Indonesia merupakan salah satu pengguna terbesar media sosial di dunia.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Wa Ode Jumiati Ramadhan, Faturachman Alputra Sudirman Saidin, dan Fera Tri Susilawaty dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang *gastrodiplomacy* yang dilakukan oleh Jepang melalui media sosial. Perbedaannya: penelitian yang dilakukan oleh Wa Ode Jumiati Ramadhan, Faturachman Alputra Sudirman Saidin, dan Fera Tri Susilawaty menjadikan kuliner Jepang sebagai objeknya dan *Facebook* sebagai sarana atau medianya, sedangkan penelitian

ini menggunakan kuliner Indonesia sebagai objeknya dan *Instagram* sebagai medianya.

Penelitian yang dilakukan oleh Edy Prihantoro dan Marina Agustina tahun 2019 dengan judul Jurnal ‘Akun *Instagram* @Taichangoreng Sebagai Bagian Promosi Kuliner Indonesia’, penelitian ini berfokus terhadap promosi Kuliner Indonesia yang dilakukan melalui akun *Instagram* @Taichangoreng. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan antara akun *Instagram* @taichangoreng sebagai akun kuliner Indonesia terhadap ketertarikan netizen (mahasiswa) untuk membeli produk kuliner Indonesia.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Edy Prihantoro dan Marina Agustina dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang makanan Indonesia yang diunggah melalui akun *Instagram*, sedangkan perbedaannya adalah: penelitian yang dilakukan oleh Edy Prihantoro dan Marina Agustina berorientasi pada *netizen* (khususnya mahasiswa), sedangkan penelitian ini berfokus pada khalayak ramai yang merupakan warga Negara Jepang.

Penelitian yang dilakukan oleh Sheiren tahun 2020 dengan judul ‘Penggunaan *Instagram* Dalam Pelaksanaan Diplomasi Publik oleh Kedutaan Besar Irlandia Di Indonesia Periode 2017-2019’ berfokus pada pelaksanaan diplomasi Publik oleh Kedutaan Besar Irlandia di Indonesia Periode 2017-2019. Penelitian ini menggunakan teori *neoliberal* yang melihat konsep *complex interdependence*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan perkembangan hubungan diplomatik antara Irlandia

dengan Indonesia serta penggunaan dari media sosial *Instagram* untuk memperkuat hubungan dengan Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan media sosial *Instagram* sebagai bentuk diplomasi publik Irlandia di Indonesia memberikan dampak positif berupa semakin dikenalnya Irlandia oleh publik Indonesia.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sheiren dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang diplomasi melalui akun Instagram, sedangkan perbedaannya adalah: penelitian yang dilakukan oleh Sheiren menggunakan teori *neoliberal*, sedangkan penelitian ini menggunakan teori *gastrodiplomacy*, *track 9* dan diplomasi digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Retno Triastuti tahun 2019 dengan judul ‘Peran Media Sosial Sebagai Alat Diplomasi Digital Global dalam Upaya Meningkatkan *Nation Branding* Indonesia Di Era Pemerintahan Joko Widodo’, penelitian ini berfokus terhadap Peran Media Sosial Sebagai Alat Diplomasi Digital Global Dalam Upaya Meningkatkan *Nation Branding* Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang ditunjang dengan tiga konsep yaitu, diplomasi publik, diplomasi digital dan juga *nation branding*, dan dalam penelitian ini disimpulkan bahwa terjadi peningkatan penggunaan media sosial sebagai alat diplomasi, mengakibatkan terjadinya peningkatan *nation branding* Indonesia juga sejalan pertumbuhan perdagangan, pariwisata dan investasi.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Retno Triastuti dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang diplomasi melalui media

sosial, sedangkan perbedaannya adalah: penelitian yang dilakukan oleh Retno Triastuti menggunakan teori diplomasi digital, sedangkan penelitian ini menggunakan teori *gastrodiplomacy*.

Penelitian yang dilakukan oleh P.R.K. Dewi, dan N.W.R. Priadarsini S. tahun 2018 dengan judul skripsi ‘Peran *Non-State Actors* Dalam *gastrodiplomacy* Indonesia Melalui Ubud Food Festival’, penelitian ini berfokus terhadap peran *Non-State Actors* dalam *gastrodiplomacy* Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dan melalui penelitian ini diperoleh beberapa aktor non negara yang berperan yakni profesional non pemerintah kelompok bisnis atau *commerce*, masyarakat sipil atau *citizen personal involvement*, media massa atau media informasi.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh P.R.K. Dewi, dan N.W.R. Priadarsini S dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang *gastrodiplomacy*, sedangkan perbedaannya adalah: penelitian yang dilakukan oleh P.R.K. Dewi, dan N.W.R. Priadarsini S menggunakan *Ubud Food Festival* sebagai objeknya, sedangkan penelitian ini menggunakan *Instagram* sebagai Objeknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Juyan Zhang di tahun 2015 dengan judul Jurnal *The Foods of The Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns*, penelitian ini berfokus pada kampanye *gastrodiplomacy* yang dilakukan oleh beberapa Negara , maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keefektifitasan kampanye *gastrodiplomacy* yang dilakukan oleh beberapa Negara dan untuk

mengetahui unsur yang terdapat di dalam kampanye tersebut, dan pada akhir penelitian diketahui bahwa kampanye *gastrodiplomacy* ditandai dengan komunikasi yang menggabungkan beberapa hal, seperti: pemasaran produk, periklanan, hubungan masyarakat, urusan publik, dan lainnya..

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Juyan Zhang dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang *Gastrodiplomacy*. Perbedaannya: penelitian yang dilakukan oleh Juyan Zhang menggunakan metode *literature research*, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Mary Jo A. Pham di tahun 2017 dengan judul Jurnal *Food as Communication: A Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy*, penelitian ini berfokus pada gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Korea Selatan, maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui fungsi dan tujuan *gastrodiplomacy* yang dilakukan oleh Korea Selatan, dan pada akhir penelitian diketahui bahwa *gastrodiplomacy* bisa menjadi praktek mengekspor warisan kuliner suatu Negara.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Mary Jo A. Pham dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang *Gastrodiplomacy*. Sedangkan perbedaannya: penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan *Instagram* sebagai objeknya.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Wa Ode Jumiati Ramadhan, Faturachman Alputra Sudirman Saidin dan Fera Tri Susilawaty. Tahun 2020 dengan judul “Promosi Kuliner Jepang Melalui Media Sosial Sebagai Bentuk

Diplomasi Publik: Studi *Facebook* Kedutaan Besar Jepang di Indonesia “ .
Sampai dengan penelitian terakhir yang dilakukan oleh Mary Jo A. Pham Tahun 2017 yang berjudul “*Food as Communication: A Case Study of South Korea’s Gastrodiplomacy*” yang sudah penulis jelaskan di atas, menunjukkan suatu persamaan yang membahas tentang *gastrodiplomacy* dan perbedaan yang jelas dimana dari semua penelitian tersebut tidak ada yang menggunakan konsep *Multi track diplomacy* yaitu *track 9* seperti penulis gunakan dalam penelitian ini.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, tulisan ini akan mengkaji lebih dalam mengenai analisis *Gastrodiplomacy* Jepang melalui media sosial studi kasus : Publisitas Kuliner Indonesia melalui *Instagram* Kedutaan Besar Jepang Untuk Indonesia Tahun 2018-2020.

Maka, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah **“Mengapa kedutaan besar Jepang untuk Indonesia menerapkan *gastrodiplomacy* melalui unggahan *Instagram* periode 2018-2020”?**

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, dan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisa mengapa kedutaan besar Jepang melakukan *gastrodiplomacy* melalui postingan *Instagram*.

a. Tujuan Teoritis

Tujuan penulis dalam penelitian ini agar dapat memberi pengetahuan akademisi dan memperkaya kajian Ilmu Hubungan Internasional khususnya mengenai *gastrodiplomacy* melalui media sosial.

b. Tujuan Praktis

Tujuan bagi penulis sendiri yaitu untuk memperluas wawasan dan mempertajam analisa dalam kajian Ilmu Hubungan Internasional khususnya mengenai *gastrodiplomacy* melalui media sosial.

E. Kerangka Teori

Teori yang digunakan dalam penulisan ini adalah dengan format teori aksiomatis, yaitu generalisasi yang dihubungkan secara deduktif atau hirerarkis. Aksiomatis dapat berwujud generalisasi universal maupun generalisasi politik. Dan karena itu teori deduktif dapat merupakan alat yang ampuh untuk eksplorasi. Adanya generalisasi universal, maka peneliti dapat menyimpulkan apa yang belum peneliti ketahui dari apa yang sudah diketahui. Teori deduktif menghubungkan apa yang belum diketahui dari apa yang belum diketahui (Mochtar, 1989).

Pada kerangka teoritis ini, peneliti akan mengemukakan batasan ilmiah kutipan teori-teori dan konsep dari para ahli yang berhubungan dengan objek yang diteliti, agar dapat dijadikan sebagai landasan untuk menganalisa permasalahan dengan menyimpulkan hipotesis untuk memahami fenomena Hubungan Internasional, yang sesuai dengan judul

penelitian. Maka akan ada kerangka teoritis ini, peneliti akan mengemukakan batasan ilmiah kutipan teori-teori dan konsep-konsep dari para ahli yang berhubungan dengan objek yang diteliti, agar dapat dijadikan sebagai landasan untuk menganalisa permasalahan dengan menyimpulkan hipotesis untuk memahami fenomena Hubungan Internasional, yang sesuai dengan judul penelitian. Maka akan ada beberapa konsep dalam penelitian ini yaitu :

a. Gastrodiplomacy

Gastrodiplomacy merupakan istilah baru dalam diplomasi dibidang makanan. *Gastrodiplomacy* juga merupakan praktek komunikasi *state-to-public* yang menggunakan makanan sebagai elemen utama untuk memberikan pemahaman terkait budaya kuliner suatu negara kepada publik asing. *Gastrodiplomacy* merupakan kata gabungan dari kata gastronomi dan diplomasi. Rockower, mengklaim bahwa *gastrodiplomacy* mengacu kepada sebuah alat diplomasi publik (Rockower P. S., 2012).

Paul S. Rockower dalam artikelnya yang berjudul *Recipes for Gastrodiplomacy* menjelaskan penggunaan *gastrodiplomacy* merupakan salah satu bentuk diplomasi publik yang efektif karena langsung menyentuh ke lapisan masyarakat dengan hal ini *people-to-people* (Rockower P. S., *Recipes for Gastrodiplomacy*, 2012). Rockower juga menjelaskan bahwa terdapat hubungan emosional yang dapat dirasakan melalui makanan sehingga makanan dapat dijadikan sebagai alat komunikasi yang bersifat universal (Rockower P. S., 2012).

Tindakan kedutaan besar Jepang untuk Indonesia telah melakukan publisitas kuliner Indonesia melalui akun instagramnya. Dalam hal ini kedutaan besar Jepang telah membangun hubungan melalui media dalam menggunakan konsep *Gastrodiplomacy*, yang mana salah satu upayanya agar bisa terhubung dengan generasi muda Indonesia (BBC, 2019).

b. *Multi-track Diplomacy (Track 9)*

Multi-track diplomacy merupakan kerangka konseptual yang dibuat untuk mewujudkan perdamaian. Munculnya aktor-aktor dalam *Multi-track diplomacy* merupakan suatu perluasan dan pembedaan antara *first track diplomacy* dan *second track diplomacy* (Alexandra, 2019). Kedua *track* tersebut dibuat oleh Joseph Montville pada tahun 1982. Joseph Montville mengartikan *multi-track diplomacy* sebagai suatu bentuk diplomasi gabungan antara diplomasi *first track* yaitu antar pemerintahan maupun antar organisasi pemerintah dengan diplomasi *second track* yaitu diplomasi antar organisasi *non government* (McDonal, 1987).

Multi-track diplomacy kembali dikembangkan dalam buku *multi-track diplomacy-A System Approach to Peace* karya Louise Diamond dan John McDonal sebagai kelanjutan dari konsep Josep Montville. Dalam buku tersebut mengatakan bahwa *multi-track diplomacy* merupakan sebuah konsep diplomasi yang mana menjelaskan tentang proses terjadinya perdamaian dunia dalam sistem internasional melalui perpaduan antara diplomasi yang dilakukan oleh individu (McDonald,

1996). Pada tahun 1991, Louise Diamond dan McDonald mengembangkan kedua jalur tersebut menjadi sembilan jalur yaitu :

1. *Government, or Peacemaking through Diplomacy;*
2. *Non government, or Peacemaking through Conflict Resolution;*
3. *Business, or Peacemaking through Commerce;*
4. *Privat Citizen, or Peacemaking through Personal Involvement;*
5. *Research, Training, and Education, or Peacemaking through Learning;*
6. *Activism, or Peacemaking through Advocacy;*
7. *Religion, or Peacemaking through Faith in Action;*
8. *Funding, or Peacemaking through Providing Resources;*
9. *Communications and Media, or Peacemaking through Information;*

(McDonal L. D., 1996)

Tujuan utama dengan adanya *multitrack diplomacy* yaitu terciptanya perdamaian dunia hingga *peacbuilding* yang terintegrasi satu sama lain dengan menggunakan *soft power* yang dapat dilihat dari adanya *soft diplomacy* yaitu memperbaiki hubungan antar negara dan fokus pada isu-isu *low politics* yang salah satu aspeknya ialah media massa.

Track 9 yakni mengenai komunikasi dan media. *Track* ini pada dasarnya memiliki tujuan untuk menciptakan suatu perdamaian melalui informasi (McDonald L. D., 1996), serta menunjukkan bagaimana opini publik akan dibentuk dan diungkapkan melalui media sosial, baik media

cetak maupun elektronik (diplomacy, 2013). *Track 9* merupakan bentuk dari media massa yang berhubungan erat dengan komunikasi dan menganggap ini adalah suara rakyat bagaimana opini publik dibentuk dan diekspresikan oleh media cetak, film, video, radio, sistem elektronik maupun seni. Media massa memiliki peran yang penting, yakni untuk menyampaikan isu-isu seputar perdamaian, resolusi konflik dan kegiatan kerjasama hubungan internasional lainnya (Wijayati, 2020).

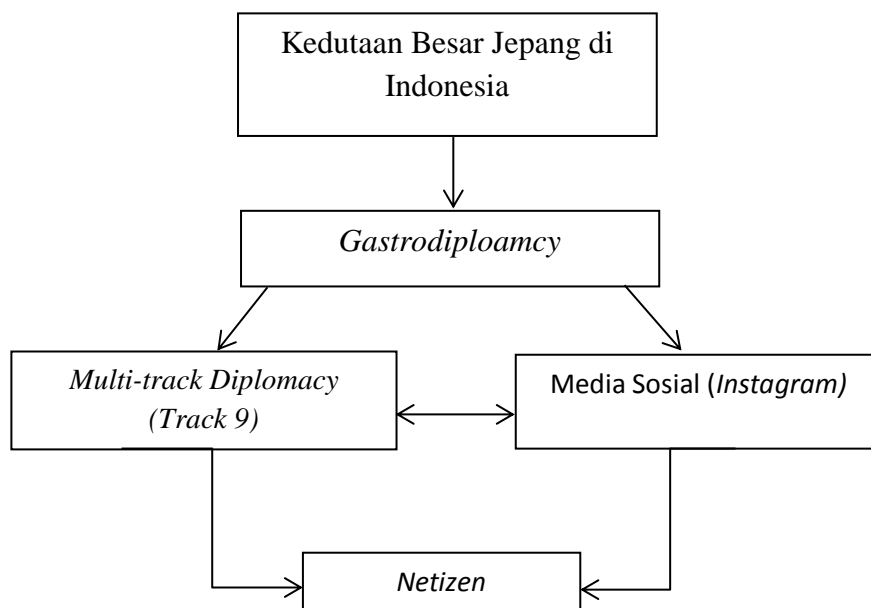
Media memiliki peran yang sangat vital sehingga dapat dikatakan sebagai penyambung lidah antar masyarakat. Sebaliknya media pun juga sebagai jembatan bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan dari *track* yang ada sehingga aspirasi yang mereka miliki dapat sampai ke telinga para anggota yang tergabung dalam *trac-track* yang sudah dibentuk dan dapat direspon serta ditindak-lanjuti sesuai dengan prosedur yang ada (Alexandra D. I., 2019).

Terkait dengan adanya akun *Instagram* kedutaan besar Jepang untuk Indonesia, sosial media telah terbukti memiliki potensi besar untuk membentuk opini publik, menentukan arah berfikir, dan perilaku masyarakat dalam menanggapi fenomena yang sedang terjadi. Dalam hal ini media dapat mempengaruhi persepsi masyarakat.

Skema Konseptual Penelitian

Berikut adalah skema kerangka teoritis :

SKEMA TEORI PENELITI



Alur pemikiran yang digambarkan di atas, merupakan dasar pemikiran dari penelitian ini. Relevansi dari beberapa konsep tersebut dengan topik peneliti bahwa Kedutaan besar Jepang untuk Indonesia telah memanfaatkan keberadaan media sosial berupa *Instagram* dalam bentuk *gastrodiplomacy*, yang mana kedutaan besar Jepang memposting aktivitas makan siangnya melalui *platform* instagramnya. *Track 9* merupakan bentuk diplomasi yang mengarah pada penggunaan teknologi komunikasi dan informasi seperti web, *instagram*, *facebook*, *twitter* dan bentuk media sosial lainnya melalui persebaran informasi dan jalinan komunikasi sehingga media sosial memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik. *Netizen* merupakan akronim dari internet dan *citizen* (warga). *Netizen* didefinisikan sebagai warganet atau warga internet atau seseorang yang aktif dimedia sosial maupun dunia maya. Dalam hal ini mengacu

pada konseptual penelitian dengan aktivitas yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Jepang untuk Indonesia sehingga dianggap sebagai bentuk penyampaian informasi melalui media terhadap masyarakat Indonesia maupun publik lain (*netizen*) mengenai kedekatan kedua negara tersebut.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam temuan-temuan yang didapat tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau dalam bentuk angka, tabel dan sebagainya. Metode kualitatif dapat memberikan rincian yang lebih kompleks mengenai fenomena yang sulit diungkapkan oleh penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Yang pada akhirnya penelitian kualitatif menjadi lebih mudah dipahami sebagai metode kualitatif metode ini menekankan pada pencarian makna dibalik kenyataan empiris dari realitas sosial yang ada sehingga akan mendapatkan pemahaman yang mendalam akan realitas sosial akan tercapai. Datanya berupa pertanyaan-pertanyaan dan data yang kan dihasilkan berupa data deskriptif mengenai subjek yang akan diteliti.

Tingkat Analisa

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis dalam menganalisis data hasil penelitian adalah teknik analisis kualitatif dimana penulis berupaya mengumpulkan data-datanya sebagai pelengkap dan penunjang penelitian, yang kemudian dilaksanakan pengolahan data,

kemudian masuk pada tahap penyajian data dimana dalam penelitian ini memaparkan tentang Analisis *Gastrodiplomacy* Melalui *Track 9* (Studi Kasus : Publisitas Kuliner Indonesia Melalui Akun Instagram Kedutaan Besar Jepang Untuk Indonesia Tahun 2018-2020).

Jenis dan Sumber Data

Jenis yang dilakukan dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif analitis yang mana pendekatan ini berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ada dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder dan penulis menggunakan data sekunder dalam penelitian ini. Berikut adalah penjabaran mengenai data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus (Sunyonto, 2013). Sedangkan menurut Hasan, data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya (Hasan, 2002). Data primer dikumpulkan oleh peneliti guna untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian data yang seringkali

diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara langsung dari narasumber (Indriantoro, 2002).

Dilihat dari segi cara atau pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi dan observasi (Arikunto, 2010). Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil foto-foto makanan Indonesia yang di *publish* oleh akun *Instagram* Kedutaan Besar Jepang untuk Indonesia periode 2018-2020. Data primer selanjutnya diperoleh dari hasil wawancara langsung melalui *video call* atau wawancara tertulis dengan mengirim beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada akun *Instagram* @jpnambsendonesia.

2. Sekunder

Data yang diperoleh melalui sumber yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Pengertian data sekunder lain menurut Sugiyono adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2015). Data sekunder umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap untuk diproses lebih lanjut (Sugiarto, 2001).

Dalam penulisan skripsi ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan data sekunder yang mana pengumpulan data dengan metode sekunder ini merupakan pengumpulan data yang tidak langsung dan memberikan data kepada pengumpul data yang mana data sekunder itu dapat

diperoleh melalui jurnal, surat kabar, dan pencarian informasi melalui internet. Adapun data sekunder ini merupakan data yang pertama, dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen.

Metode Pengumpulan Data

Agar mendapatkan hasil penelitian yang diharapkan, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dimana metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dengan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna (Sugiono, 2014). Dengan metode kualitatif yang berarti penulis mengambil data dari berbagai literatur seperti dari jurnal, buku-buku, maupun dari situs resmi yang tersedia untuk dapat sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data berupa bentuk teks naratif, matriks, grafik, jaringan ataupun bagan. Dalam hal ini, Miles and Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan melalui penyajian data tersebut, maka nantinya data akan terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan memudahkan untuk memahami apa yang telah terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiono, 2014).

G. Sistematika Penulisan

BAB I : Merupakan bab pendahuluan yang meliputi penjabaran latar belakang masalah, tujuan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Berisi mengenai gambaran umum hubungan bilateral Jepang dan Indonesia dan *gastrodiplomacy*.

BAB III : Berisi mengenai pembahasan dari penelitian ini

BAB IV : Berisi kesimpulan dari penelitian