

ABSTRACT

Teya Titiang Tiana, 15/384164/SP/26876, *South Korea Gastrodiplomacy : Synergy of State and Non State Actor on Kimchi Diplomacy in Indonesia*

Advisors : Usmar Salam, M.Int.Stu

In the current diplomatic circumstances, foreign policy and power expands beyond government actors. Right now, civil society, individuals, non-governmental organization takes their part in international relations. These days, power means shaping preferences. Shaping preferences is not something that could be achieved by hard power (economic, security and political affairs) but things like culture, common values and nation branding could be the ‘power’ and shaping preferences of international audiences.

South Korea foreign policy has moved from government-oriented diplomacy to more public-oriented diplomacy. Public diplomacy has involved so many non-state actors depend on the focus of diplomacy. One of public diplomacy type done by South Korea government to improve Korea’s image and expand its market is Gastrodiplomacy. The campaign was well-known as “Kimchi Diplomacy” by mainstream media. Launching in 2008, the official name for this campaign was “Global *Hansik*”. Through the years, South Korea government learns how to expand its food influences. Both actor and non-state actor have contributed greatly to improving the image of Korean Food. Especially in South East Asia, Indonesia was one of the most influenced country by South Korea’s food. Indonesia was placed number 5 after China, Japan, United States and Taiwan with the most South Korea’s restaurants in 2017 ranked by Korean Food Promotion Institute. Indonesian public also more aware with the existence of South Korea’s food and its taste. This research aim to provide the blueprint of how both actors and non-state actors involved in South Korea gastrodiplomacy and provide the details of South Korea government implementation of “Kimchi Diplomacy” in Indonesia.

Keywords : Gastrodiplomacy, Soft Power, Public Diplomacy, Kimchi Diplomacy.

INTISARI

Teya Titiang Tiana, 15/384164/SP/26876, *Gastrodiplomasi Korea Selatan: Sinergi Aktor Negara dan Non-negara dalam Diplomasi Kimchi di Indonesia*

Pembimbing : Usmar Salam, M.Int.Stu

Dalam situasi diplomasi saat ini, kebijakan luar negeri dan *power* telah berkembang dari hanya sekadar aktor negara. Saat ini, masyarakat madani, individu, lembaga swadaya masyarakat ambil bagian dalam hubungan internasional. Saat ini *power* memiliki arti membentuk preferensi. Membentuk preferensi adalah sesuatu yang tidak dapat dicapai hanya dari *hard power* (urusan ekonomi, keamanan, dan politik) tetapi juga budaya, nilai kolektif dan citra negara dapat menjadi *power* dan membentuk preferensi dari masyarakat internasional.

Kebijakan luar negeri Korea Selatan telah bergeser dari diplomasi yang berpusat pada pemerintah menjadi diplomasi yang berpusat pada publik. Diplomasi publik melibatkan banyak aktor non-negara sesuai dengan fokus diplomasinya. Salah satu tipe diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan untuk meningkatkan citra dan mengembangkan pasarnya adalah gastrodiplomasi. Kampanye ini lebih dikenal dengan ‘Diplomasi Kimchi’ di media massa. Diluncurkan tahun 2008, nama resmi dari kampanye ini adalah ‘*Global Hansik*’. Bertahun-tahun, pemerintah Korea Selatan mempelajari pengaruh dari makanannya. Aktor negara dan non-negara telah berkontribusi dalam meningkatkan citra makanan Korea. Khususnya di Asia Tenggara, Indonesia adalah salah satu negara yang paling dipengaruhi oleh makanan Korea. Indonesia berada di urutan ke-5 setelah Cina, Jepang, Amerika Serikat dan Taiwan dengan jumlah restoran Korea terbanyak pada tahun 2017 berdasarkan *Korea Food Promotion Institute*. Saat ini, masyarakat Indonesia lebih menyadari eksistensi dari makanan Korea dan rasa dari kuliner tersebut. Riset ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana aktor negara dan non negara terlibat dalam usaha gastrodiplomasi, serta implementasi ‘Diplomasi Kimchi’ tersebut di Indonesia.

Keywords : Gastrodiplomasi, *Soft Power*, Diplomasi Publik, Diplomasi Kimchi.