

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>II</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>XII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Argumentasi Utama .....	3
1.4. Kerangka Konseptual .....	3
1.4.1 <i>Soft Power</i> .....	5
1.4.2 Diplomasi Publik.....	6
1.4.3 Gastrodiplomasi .....	9
1.5. Metode Penelitian .....	11
1.6. Organisasi Penulisan.....	11
<b>BAB II KEBIJAKAN GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DAN IMPLEMENTASINYA DI INDONESIA.....</b>	<b>12</b>
2.1. Kebijakan Gastrodiplomasi Korea Selatan <i>Global Hansik</i> .....	12
2.2. Aktor – Aktor Gastrodiplomasi Korea Selatan .....	14
2.2.1 Ministry Of Agriculture, Food And Rural Affairs.....	15
2.2.2 Ministry Of Foreign Affairs.....	18
2.2.3 Ministry Of Culture, Sports And Tourism .....	19
2.2.4 <i>Citizens Diplomat</i> .....	21
2.2.5 Sektor Swasta .....	22

2.3 Kebijakan Gastrodiplomasi Korea Selatan di Indonesia.....	23
2.3.1 Implementasi Gastrodiplomasi melalui Sertifikasi Halal ....	23
2.3.2 Implementasi Gastrodiplomasi melalui Festival.....	25
2.3.3 Implementasi Gastrodiplomasi melalui Penyebaran Restoran Korea .....	26
2.3.4 Implementasi Gastrodiplomasi melalui Misi Diplomatik Kedutaan Besar Republik Korea .....	28
2.3.5 Implementasi Gastrodiplomasi melalui Konten Digital.....	31
 <b>BAB III ANALISIS SINERGI AKTOR NEGARA DAN NON NEGARA DALAM DIPLOMASI KIMCHI DI INDONESIA.....</b>	 <b>34</b>
3.1. Sinergi Aktor Negara Dalam Diplomasi Kimchi di Indonesia .....	34
3.2. Analisis Sinergi antara Aktor Negara dan Non-Negara dalam Implementasi Diplomasi Kimchi Di Indonesia.....	24
3.2.1 <i>Relational Public Diplomacy on Kimchi Diplomacy in Indonesia</i> .....	36
3.2.2 <i>Networking Public Diplomacy on Kimchi Diplomacy in Indonesia</i> .....	38
3.2.3 <i>Collaborative Public Diplomacy on Kimchi Diplomacy in Indonesia</i> .....	39
3.3 Tipologi Kolaborasi Aktor Negara dan Non Negara dalam Implementasi Diplomasi Kimchi di Indonesia.....	41
 <b>BAB IV KESIMPULAN.....</b>	 <b>43</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>45</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Relasi Antar Konsep Diplomasi.....	4
Gambar 1.2. Tipologi Kolaborasi Aktor Negara Dan Non Negara.....	9
Gambar 1.3 Perbedaan Tiga Jenis Diplomasi Berbasis Pangan.....	10
Gambar 2.1 Jumlah Sebaran Restoran Korea 2009-2017 .....	27
Gambar 2.2 <i>Korean Food Promotion Institute</i> Menyediakan <i>Food Truck</i> Dalam Teko Nang Jawa .....	29
Gambar 2.3 Bus Kedutaan Besar Korea Selatan Dalam Teko Nang Jawa .....	30
Gambar 2.4 Perbandingan Jumlah Penonton Video <i>Channel “Taste Of Love, K-Food”</i> Sebelum Dan Sesudah Berkolaborasi dengan <i>Influencer</i> Indonesia.....	32
Gambar 2.5 Peningkatan Jumlah <i>Views</i> pada Bulan Penayangan Video Kolaborasi dengan <i>Micro-Influencers</i> Indonesia.....	32
Gambar 2.6 Perbandingan Jumlah <i>Views</i> Video Blog [Vlog] Teko Nang Jawa.....	33
Gambar 3.1 Perbedaan Jumlah <i>Views</i> dalam channel <i>Taste of Love, K-Food</i> sebelum dan sesudah berkolaborasi dengan <i>micro influencer</i> .....	39
Gambar 3.2 Perbedaan jumlah <i>views</i> dalam channel <i>Taste of Love, K-Food</i> dan channel pribadi Jang Hansol untuk liputan program Kedutaan Besar Republik Korea “ <i>Teko Nang Jawa</i> ” pada bulan September 2019 .....	40

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 2.1 Grafik Popularitas Kuliner Korea Selatan Di Indonesia Tahun 2018 .....	28
Grafik 3.1 Analisis Alur Gastrodiplomasi Korea Selatan ke Indonesia.....	34
Grafik 3.2 Analisis Sinergi antar Aktor Dalam Diplomasi Kimchi di Indonesia .....	36

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Aktor Negara dan Non Negara Dalam Diplomasi Kimchi .....	14
Tabel 3.1 Karakteristik Aktor Negara dalam Diplomasi Kimchi Di Indonesia.....	35
Tabel 3.2 Tipologi Kolaborasi antara Aktor Negara dan Non Negara dalam Diplomasi Kimchi di Indonesia.....	42

## DAFTAR SINGKATAN

<b>aT:</b>	<i>Agro-Fisheries &amp; Food Trade Corp / Agro-Trade Jakarta</i>
<b>B2B:</b>	<i>Business to Business</i>
<b>B2C:</b>	<i>Business to Customer</i>
<b>G to G:</b>	<i>Government to Government</i>
<b>G to P:</b>	<i>Government to Public</i>
<b>KITA:</b>	<i>Korea International Trade Association</i>
<b>KOFICE:</b>	<i>Korean Foundation for International Cultural Exchange</i>
<b>KFF:</b>	<i>Korean Food Foundation</i>
<b>KFPI:</b>	<i>Korea Food Promotions Institute</i>
<b>KMF:</b>	<i>Korea Muslim Federation</i>
<b>KTO:</b>	<i>Korea Tourism Organization</i>
<b>KCC:</b>	<i>Korean Cultural Centre</i>
<b>MAFRA:</b>	Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
<b>MOFA:</b>	Ministry of Foreign Affairs (MOFA)
<b>MCST:</b>	Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST)