

Since Washoku (Japanese food) in the list of Intangible Cultural Heritage by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) in 2013 on the food discourse in Japan, the Japanese government has tried to increase the interest of foreign people or tourist towards Washoku. The promotion of Washoku worldwide becomes important not only give positive image of Japan, it is also to increase economic outcomes. It has successfully improve Japan image as a country with great tradition and culture. This thesis would like to study about the Japanese government effort in enhancing its nation branding particularly towards the development of Washoku specifically by analyzing on its development and nation branding. In 2013, several Japanese government bodies has actively organize several events and policies that aims to make Washoku become popular.

Because the deep historically rooted of Washoku, the healthy dietary culture of it has become a reference of healthy lifestyle worldwide. The use of food in culinary diplomacy of Japan has offered public audiences to experiences Washoku by connecting the outcomes of association within the country itself. Hence, gastrodiploamacy become the main objective to be studied in this thesis as there are many arguments and explanations regarding Japanese soft power government motive in using Washoku as the main object of cultural heritage. The objective of this thesis is to explain the essential reasons or factors that had contributed to the development of Washoku as nation branding to promote Japan's image as a country with cultural tradition.



Sejak masuknya Washoku (makanan tradisional khas Jepang) ke daftar Warisan Budaya Takbenda UNESCO pada tahun 2013, Pemerintah Jepang telah berusaha untuk meningkatkan minat orang asing atau wisatawan terhadap Washoku. Promosi Washoku kepada seluruh dunia menjadi penting bukan hanya untuk memberikan citra positif pada Jepang, tetapi juga meningkatkan hasil perekonomiannya. Washoku telah berhasil meningkatkan citra Jepang sebagai negara yang memiliki tradisi dan budaya yang kental. Tesis ini akan menjelaskan tentang usaha pemerintahan Jepang dalam meningkatkan representasi negara terutama terhadap perkembangan Washoku khususnya untuk menganalisa perkembangannya. Pada 2013, beberapa badan pemerintahan Jepang telah secara aktif menyelenggarakan beberapa acara dan kebijakan yang diperuntukan untuk membuat Washoku lebih dikenal masyarakat luas.

Karena Washoku yang sudah di kemas secara turun temurun oleh bangsa Jepang, budaya diet sehat tersebut telah menjadi rujukan gaya hidup sehat hampir di seluruh dunia. Penggunaan makanan dalam diplomasi kuliner Jepang telah menawarkan audiensi publik untuk merasakan Washoku dengan menawarkan asosiasi kepada negara Jepang. Oleh karena itu, gastrodiploasi menjadi tujuan utama yang akan di pelajari pada tesis ini dengan banyak argument dan penjelasan mengenai kekuasaan lunak pemerintahan Jepang dalam memakai Washoku sebagai objek utama warisan budaya. Tujuan dari tesis ini adalah untuk menjelaskan alasan atau faktor utama yang telah berkontribusi pada pengembangan Washoku sebagai citra negara untuk mempromosikan Jepang sebagai negara yang kaya dengan tradisi budaya.