

**GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN: PERAN *INFLUENCER* JANG
HANSOL DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA KULINER KOREA
MELALUI 5 *VLOG VIRTUAL GASTRONOMIC JOURNEY***

Kinanti Nur Putri Andina

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Korea Selatan dalam mempromosikan masakan lokal dengan peran *influencer* Jang Hansol “Korea Reomit” melalui 5 *vlog Virtual Gastronomic Journey* dan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh individu *non-state actor* ini terhadap minat wisata kuliner Pelanggan “Korea Reomit” dari Indonesia ke Korea Selatan. 5 *vlog Virtual Gastronomic Journey* menjadi objek penelitian ini dan penulis mengkaji penelitian ini melalui metode campuran dengan mendeskripsikan strategi Korea Selatan dalam analisis isi dari 5 *vlog Virtual Gastronomic Journey*, serta melakukan uji regresi sederhana dengan populasi penelitian adalah *subscribers* dari *channel* YouTube “Korea Reomit” dengan total sampel 100 responden. Melalui analisis hasil tersebut, ditemukan beberapa pola *gastrodiplomacy* dari Jang Hansol “Korea Reomit” dalam 5 *vlog Virtual Gastronomic Journey*. Pola-pola ini menjadi faktor utama yang mempengaruhi *subscribers* “Korea Reomit” terhadap minat wisata kuliner mereka ke Korea, berdasarkan hasil uji determinasi sebesar 37%.

Kata Kunci : Gastrodiplomasi, Digitalisasi Diplomasi Publik, Analisis Konten, Minat Wisata Kuliner

SOUTH KOREA’S GASTRODIPLOMACY: ROLE OF INFLUENCER JANG HANSOL IN PROMOTING CULINARY TOURISM THROUGH 5 VLOGS VIRTUAL GASTRONOMIC JOURNEY

Kinanti Nur Putri Andina

ABSTRACT

This research aims to find out how is South Korea’s strategy in promoting local cuisine with the role of influencer Jang Hansol “Korea Reomit” through 5 vlog Virtual Gastronomic Journey and how much influence is given by this individual non-state actor on culinary tourism interests of “Korea Reomit” subscribers from Indonesia to South Korea. 5 Virtual Gastronomic Journey vlogs are the object of this research and the author examines this research through a mixed method by describing South Korea's strategy in content analysis of the 5 Virtual Gastronomic Journey vlogs, as well as conducting a simple regression test with the research population of subscribers “Korea Reomit” YouTube channel with a total sample of 100 respondents. Through the analysis of these results, several patterns of gastrodiplomacy founded from Jang Hansol “Korea Reomit” in 5 Virtual Gastronomic Journey vlogs. These patterns are the main aspect that influence “Korea Reomit” subscribers towards their culinary tourism interests to Korea, based on the results 37% of determination test.

Keywords : *Gastrodiplomacy, Digitalization Public Diplomacy, Content Analysis, Culinary Tourism Interst*