



Sumber: Youtube "Korea Reomit"

JUDUL SKRIPSI :

**Gastrodiplomasi Korea Selatan: Peran *Influencer* Jang Hansol Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Korea Melalui 5 *Vlog Virtual Gastronomic Journey***

Naskah ini diajukan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional.



**Nama : Kinanti Nur Putri Andina**

**NIM : 1810412155**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" Jakarta  
2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Kinanti Nur Putri Andina  
NIM : 1810412155  
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini mana, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 13 Juni 2022

Yang menyatakan,



Kinanti Nur Putri Andin

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kinanti Nur Putri Andina  
NRP : 1810412155  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Hubungan Internasional

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Gastrodiplomasi Korea Selatan: Peran *Influencer* Jang Hansol Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Korea Melalui 5 Vlog *Virtual Gastronomic Journey***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 13 Juni 2022

Yang menyatakan,



Kinanti Nur Putri Andina

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

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

Oleh:  
**Kinanti Nur Putri Andina**  
1810412155

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
Guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional

Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada  
tanggal seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 11 Juli 2022

**Pembimbing Utama**



Laode Muhammad Fathun, M.HI.

**Pembimbing Pendamping**



Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si.



**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*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat atas segala kekuatan dan kemudahan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu, memberi semangat, dukungan, motivasi serta inspirasi yang membantu saya dalam pengerjaan tugas skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si. selaku Dekan FISIP UPN Veteran Jakarta
2. Bapak Andi Kurniawan, S.Sos., M.Si. selaku Kaprodi Ilmu Hubungan Internasional FISIP UPN Veteran Jakarta
3. Mas Laode Muhammad Fathun, M.HI selaku pembimbing I yang telah dengan sabar memberi masukan dan arahan terhadap penulisan skripsi ini
4. Mas Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si selaku pembimbing II, yang selalu memberikan saran dan *support* terhadap penulisan skripsi ini
5. Dilla, Rizqi, dan Retha sebagai *subscribers* yang bersedia diwawancara
6. Keluarga tercinta: Bunda, dan kedua adik saya Nadia dan Meilisa yang selalu mendukung saya untuk segera menyelesaikan skripsi
7. Teman-teman seperjuangan saya dari grup Banyai; Azraa, Retha, Ely, Farell
8. Sahabat yang selalu memberi *moral support*; Naura, Jihan, Rara, Andari, Nabila
9. Rekan virtual yang membantu dalam penyebaran kuesioner, serta rekan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu

Karena sejatinya saya tidak bisa sampai di titik ini tanpa bantuan, dampingan, dan dukungan kalian. Terima kasih atas segala doa dan motivasi yang diberikan.

Jakarta, 13 Juni 2022

Kinanti Nur Putri Andina



## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>JUDUL SKRIPSI.....</b>                                       | <b>i</b>    |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>                            | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>                    | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                      | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                       | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                      | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>                                    | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I Pendahuluan.....</b>                                   | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang.....</b>                                  | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>                                 | <b>12</b>   |
| <b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>                               | <b>12</b>   |
| <b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>                             | <b>13</b>   |
| <b>1.5 Sistematika Penulisan .....</b>                          | <b>13</b>   |
| <b>BAB II Tinjauan Pustaka.....</b>                             | <b>16</b>   |
| <b>2.1 Konsep dan Teori Penelitian.....</b>                     | <b>16</b>   |
| 2.1.1 Gastrodiplomasi.....                                      | 16          |
| 2.1.2 Diplomasi Digital dan Digitalisasi Diplomasi Publik ..... | 17          |
| <b>2.2 Kerangka Pemikiran.....</b>                              | <b>23</b>   |
| <b>2.3 Hipotesis Penelitian .....</b>                           | <b>24</b>   |
| 2.3.1 H0.....   | 24          |
| 2.3.2 H1 .....  | 25          |
| <b>BAB III Metodologi Penelitian.....</b>                       | <b>26</b>   |
| <b>3.1 Objek Penelitian.....</b>                                | <b>26</b>   |
| <b>3.2 Pendekatan Penelitian.....</b>                           | <b>26</b>   |
| <b>3.3 Jenis Penelitian.....</b>                                | <b>30</b>   |
| <b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>                        | <b>30</b>   |

|  |  |     |
|--|--|-----|
| 3.5  | Sumber Data .....  | 33  |
| 3.6  | Teknik Analisis Data.....  | 34  |
| 3.7  | Waktu dan Lokasi Penelitian.....   | 34  |
| 3.8  | Tabel Rencana Waktu.....   | 35  |
| <b>BAB IV Upaya Gastrodiplomasi KTO Jakarta Melalui Influencer Jang Hansol dalam 5 Vlog Virtual Gastronomic Journey .....</b>                |  |     |
| <b>36</b>  |  |     |
| 4.1  | Peran Korea Tourism Organization (KTO).....  | 36  |
| 4.1.1  | Sejarah Korea Tourism Organization (KTO) .....   | 37  |
| 4.1.2  | Indonesia Sebagai Pasar Potensial Korea Selatan.....   | 41  |
| 4.1.3  | KTO Jakarta dalam Kampanye Wisata Muslim-Friendly .....  | 44  |
| 4.2  | Peran Influencer Jang Hansol Sebagai Aktor Non-State.....  | 48  |
| 4.2.1  | Latar Belakang Influencer Jang Hansol “KOREA REOMIT” .....   | 51  |
| 4.2.1  | Digitalisasi Gastrodiplomasi oleh Korea Selatan Melalui Jang Hansol “Korea Reomit” .....               | 54  |
| 4.3  | 5 Vlog Virtual Gastronomic Journey sebagai Gastrodiplomasi KTO melalui Jang Hansol “Korea Reomit”..... | 58  |
| 4.3.1  | Latar Belakang Virtual Gastronomic Journey .....   | 59  |
| 4.3.2  | Analisis Konten 5 Vlog Virtual Gastronomic Journey.....  | 61  |
| <b>BAB V Pengaruh Gastrodiplomasi Influencer Jang Hansol Terhadap Minat Wisata Kuliner Subscribers “Korea Reomit” Ke Korea Selatan .....</b> |  |     |
| <b>83</b>  |  |     |
| 5.1  | Deskripsi Objek Penelitian .....   | 83  |
| 5.1.1  | Karakteristik Responden .....  | 83  |
| 5.1.2  | Data Analisis Variabel X .....   | 86  |
| 5.1.3  | Data Analisis Variabel Y .....   | 94  |
| 5.2  | Hasil Penelitian .....   | 106 |
| 5.2.1  | Uji Validitas .....  | 106 |
| 5.2.2  | Uji Reliabilitas.....  | 107 |
| 5.2.3  | Analisis Regresi Linier Sederhana.....   | 108 |
| 5.3  | Deskripsi Hasil Penelitian .....   | 115 |
| 5.4  | Analisis Hasil Penelitian.....   | 116 |
| 6.1  | Kesimpulan .....   | 119 |
| 6.2  | Saran .....  | 121 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   |  |     |
| <b>123</b>   |  |     |

## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| <b>Tabel 3.1</b> – Rencana Waktu   | 35  |
| <b>Tabel 4.1</b> – Konten Analisis Gastrodiplomasi <i>Vlog 1 Virtual Gastronomic Journey</i> | 67  |
| <b>Tabel 4.2</b> – Konten Analisis Gastrodiplomasi <i>Vlog 2 Virtual Gastronomic Journey</i> | 69  |
| <b>Tabel 4.3</b> – Konten Analisis Gastrodiplomasi <i>Vlog 3 Virtual Gastronomic Journey</i> | 72  |
| <b>Tabel 4.4</b> – Konten Analisis Gastrodiplomasi <i>Vlog 4 Virtual Gastronomic Journey</i> | 74  |
| <b>Tabel 4.5</b> – Konten Analisis Gastrodiplomasi <i>Vlog 5 Virtual Gastronomic Journey</i> | 77  |
| <b>Tabel 5.1</b> – Usia Responden  | 85  |
| <b>Tabel 5.2</b> – Pernah menonton <i>Virtual Gastronomic Journey</i>                        | 86  |
| <b>Tabel 5.3</b> – Pernyataan Variabel X1  | 87  |
| <b>Tabel 5.4</b> – Pernyataan Variabel X2  | 88  |
| <b>Tabel 5.5</b> – Pernyataan Variabel X3  | 89  |
| <b>Tabel 5.6</b> – Pernyataan Variabel X4  | 90  |
| <b>Tabel 5.7</b> – Pernyataan Variabel X5  | 92  |
| <b>Tabel 5.8</b> – Pernyataan Variabel X6  | 93  |
| <b>Tabel 5.9</b> – Pernyataan Variabel Y1  | 94  |
| <b>Tabel 5.10</b> – Pernyataan Variabel Y2   | 96  |
| <b>Tabel 5.11</b> – Pernyataan Variabel Y3   | 97  |
| <b>Tabel 5.12</b> – Pernyataan Variabel Y4   | 98  |
| <b>Tabel 5.13</b> – Pernyataan Variabel Y5   | 99  |
| <b>Tabel 5.14</b> – Pernyataan Variabel Y6   | 100 |
| <b>Tabel 5.15</b> – Pernyataan Variabel Y7   | 101 |
| <b>Tabel 5.16</b> – Pernyataan Variabel Y8   | 102 |
| <b>Tabel 5.17</b> – Pernyataan Variabel Y9   | 103 |
| <b>Tabel 5.18</b> – Pernyataan Variabel Y10  | 104 |
| <b>Tabel 5.19</b> – Pernyataan Variabel Y11  | 105 |
| <b>Tabel 5.20</b> – Uji Validitas Variabel X dan Y   | 106 |
| <b>Tabel 5.21</b> – Uji Reliabilitas Variabel X dan Y  | 108 |
| <b>Tabel 5.22</b> – Uji Regresi Tabel Koefisien  | 109 |
| <b>Tabel 5.23</b> – Uji Determinasi Tabel <i>Model Summary</i>                               | 111 |
| <b>Tabel 5.24</b> – Uji Hipotesis Tabel Koefisien  | 113 |

## DAFTAR GAMBAR

|                    |   |     |
|--------------------|---|-----|
| <b>Gambar 1.1</b>  | – Peminat Produk dan Layanan Korea Selatan                | 3   |
| <b>Gambar 1.2</b>  | – Persentase Pemeluk Agama/Kepercayaan di Indonesia       | 5   |
| <b>Gambar 2.1</b>  | – Kerangka Berpikir Penelitian                            | 23  |
| <b>Gambar 3.1</b>  | – Rumus Perhitungan Besaran Sampel                        | 32  |
| <b>Gambar 4.1</b>  | – Logo Korea Tourism Organization                         | 37  |
| <b>Gambar 4.2</b>  | – Slogan “ <i>Imagine your Korea</i> ”                    | 38  |
| <b>Gambar 4.3</b>  | – Wisatawan Muslim yang Berkunjung ke Korea (2019)        | 44  |
| <b>Gambar 4.4</b>  | – 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbesar Dunia         | 45  |
| <b>Gambar 4.5</b>  | – Pengunjung Indonesia ke Korea Berdasarkan Tujuannya     | 46  |
| <b>Gambar 4.6</b>  | – Kalender “ <i>Korea Month</i> ” oleh KTO Jakarta (2020) | 60  |
| <b>Gambar 4.7</b>  | – Thumbnail <i>vlog #1 Virtual Gastronomic Journey</i>    | 62  |
| <b>Gambar 4.8</b>  | – Thumbnail <i>vlog #2 Virtual Gastronomic Journey</i>    | 63  |
| <b>Gambar 4.9</b>  | – Thumbnail <i>vlog #3 Virtual Gastronomic Journey</i>    | 64  |
| <b>Gambar 4.10</b> | – Thumbnail <i>vlog #4 Virtual Gastronomic Journey</i>    | 65  |
| <b>Gambar 4.11</b> | – Thumbnail <i>vlog #5 Virtual Gastronomic Journey</i>    | 66  |
| <b>Gambar 5.1</b>  | – Distribusi Nilai $t_{tabel}$                            | 114 |

## DAFTAR SINGKATAN

|        |   |
|--------|---|
| CSIS   | : Center for Strategic & International Studies          |
| KOFICE | : Korean Foundation for International Cultural Exchange |
| KOSIS  | : Korean Statistical Information Service                |
| KTO    | : Korea Tourism Organization                            |
| MFKF   | : Muslim Friendly Korea Festival                        |
| RISSC  | : The Royal Islamic Strategic Studies Centre            |
| SPSS   | : Statistical Package for the Social Sciences           |