



NASKAH SKRIPSI

GASTRODIPLOMASI THAILAND SEBAGAI NATION BRANDING DALAM MEMPENGARUHI JUMLAH WISATAWAN ASING TAHUN 2017-2019

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Sosial

Nama : Amelia Chaerani

NIM : 1810412052

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2021



SKRIPSI

Judul Skripsi :

**GASTRODIPLOMASI THAILAND SEBAGAI *NATION BRANDING* DALAM
MEMPENGARUHI JUMLAH WISATAWAN ASING TAHUN 2017-2019**

Disusun Oleh:

Amelia Chaerani 1810412052

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Amelia Chaerani

NIM : 1810412052

Program Studi : Hubungan Internasional

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

Jakarta, 29 Juli 2022


Amelia Chaerani

PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Amelia Chaerani

NIM : 1810412052

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Hubungan Internasional

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

GASTRODIPLOMASI THAILAND SEBAGAI *NATION BRANDING* DALAM
MEMPENGARUHI JUMLAH WISATAWAN ASING TAHUN 2017-2019

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 29 Juli 2022

Yang menyatakan,



Amelia Chaerani

LEMBAR PENGESAHAN

GASTRODIPLOMASI THAILAND SEBAGAI *NATION BRANDING* DALAM MEMPENGARUHI JUMLAH WISATAWAN ASING TAHUN 2017-2019

THAILAND GASTRODIPLOMACY AS NATION BRANDING IN AFFECTING THE NUMBER OF FOREIGN TOURISTS IN 2017-2019

Oleh:
Amelia Chaerani
1810412052

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

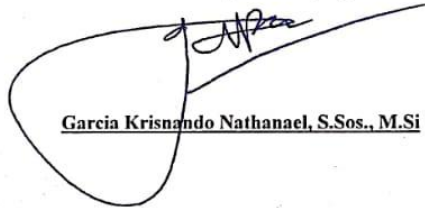
Jakarta, 29 Juli 2022

Pembimbing Utama



Dr. Syahrul Salam, M.Si

Pembimbing Pendamping



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



Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Tahun 2022

**GASTRODIPLOMASI THAILAND SEBAGAI *NATION BRANDING*
DALAM MEMPENGARUHI JUMLAH WISATAWAN ASING TAHUN
2017-2019**

Oleh Amelia Chaerani

ABSTRAK

Thailand sebagai negara yang sebelumnya dikenal dengan negara yang memiliki citra/*image* yang buruk dimata internasional, perlahan ingin merubah citranya menjadi yang lebih positif. Dengan itu pemerintah Thailand melakukan strategi dengan melakukan program Gastrodiplomasi sebagai upaya dalam membentuk citra baru untuk negara Thailand. Dengan terkenalnya Thailand sebagai negara yang memiliki citra yang positif dan dikenal dengan makanannya, maka hal ini menjadikan salah satu faktor meningkatnya jumlah wisatawan asing di Thailand pada tahun 2017-2019. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana upaya Thailand dalam melakukan Gastrodiplomasi hingga membentuk citra baru bagi Thailand. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif serta menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data adalah menggunakan teknik wawancara dan studi literatur atau kepustakaan. Hasil akhir dari penelitian ini adalah upaya Thailand membentuk program Gastrodiplomasi sehingga makanan Thailand dapat dikenal di mata dunia internasional sehingga dapat menjadikan salah satu faktor meningkatnya jumlah wisatawan asing yang datang pada tahun 2017-2019.

Kata Kunci : Gastrodiplomasi, *Nation Branding*, Pariwisata, Kuliner khas, Budaya

**THAILAND GASTRODIPLOMACY AS NATION BRANDING IN
AFFECTING THE NUMBER OF FOREIGN TOURISTS IN 2017-2019**

By Amelia Chaerani

ABSTRACT

Thailand as a country that was previously known as a country that has a bad image in the eyes of the international community slowly wants to change its image to a more positive one. With that, the Thai government carried out a strategy by carrying out a gastrodiplomacy program as an effort to form a new image for the country of Thailand. With Thailand's popularity as a country that has a positive image and is known for its food, this has become one of the factors for the increasing number of foreign tourists in Thailand in 2017-2019. This study aims to find out how Thailand's efforts to carry out gastrodiplomacy form a new image for Thailand. The research method used in this research is descriptive qualitative and uses primary and secondary data. Data collection techniques are using interview techniques and literature or literature studies. The final result of this research is Thailand's efforts to establish a gastrodiplomacy program so that Thai food can be known in the eyes of the international community so that it can be one factor in the increasing number of foreign tourists who come in 2017-2019.

Keywords: Gastrodiplomacy, Nation Branding, Tourism, Culinary, Culture

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul *“Gastrodiplomasi Thailand Sebagai Nation Branding Dalam Mempengaruhi Jumlah Wisatawan Asing Tahun 2017-2019”*. Penulis menyadari bahwa ada dukungan dari berbagai pihak dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Iwan Kosasih dan Ibu Irma Maya Sofa selaku orang tua penulis serta keluarga aka, ade, nenek, kakek, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi
2. Almh Hj. Maani atau Enyak sebagai nenek penulis yang sangat penulis sayangi yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dan selalu memberikan semangat dalam melakukan perkuliahan.
3. Bapak Dr. Mansur, M.Si dan Bapak Garcia Krisnando Nathanael, Msi sebagai Dosen pembimbing I dan II yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen Penguji I dan II yang telah menguji penulis dalam sidang proposal maupun sidang Skripsi
5. Bapak Army, Filia, dan Josie selaku narasumber yang telah membantu penulis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi.
6. Teman-teman kuliah Penulis yaitu Waode Fatimah Azzahra, Dinda Septiani, Mikhael Dante Yakub, Ajeng Riyanti, teman SMA penulis, Avsel Vonnyta, Frena Mardiana, teman kuki.bam yang senantiasa mendengar keluh kesah penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Apo Nattawin Wattanagitiphat dan seluruh cast BOC, Win Metawin Opasiamkajorn, dan Jeong Jaehyun yang telah menemani penulis melalui series dan video dan yang memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Keluarga besar FISIP UPN Veteran Jakarta dan Prodi Hubungan internasional yang berkontribusi dalam pengembangan ilmu penulis.

Penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menerima adanya masukan dan saran untuk menyempurnakan isi dan hasil penelitian dari para pembaca sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Demikian skripsi ini penulis buat, semoga dapat bermanfaat untuk penelitian yang lebih lanjut.

Jakarta, 29 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penelitian.....	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Gastrodiplomasi	16
2.2 <i>Nation Branding</i>	20
2.3 Pariwisata.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.6 Tabel Rencana Waktu	39

BAB IV	41
4.1 Gastrodiplomasi di Thailand.....	41
4.1.1 Makanan/Kuliner khas Thailand.....	43
4.2 Citra Negara Thailand sebelum dilakukannya Gastrodiplomasi.....	50
BAB V.....	57
IMPLEMENTASI GASTRODIPLOMASI THAILAND DALAM	
MEMENGARUHI PENINGKATAN JUMLAH WISATAWAN ASING	57
5.1 Program Gastrodiplomasi di Thailand	57
5.1.1 Global Thai	58
5.1.2 Thailand: Kitchen of The World.....	62
5.1.3 Halal food.....	65
5.1.4 Thai Select	72
5.2 Wisatawan Asing yang Datang ke Thailand	79
BAB VI	89
KESIMPULAN DAN SARAN	89
6.1 Kesimpulan	89
6.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Rencana Waktu Penelitian	39
Tabel 2 Jumlah HIV/AIDS di Thailand.....	54
Tabel 3 Jumlah wisatawan asing Thailand tahun 2018.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Nation brand hexagon</i>	23
Gambar 2	Model interaktif dalam melakukan analisis data	36
Gambar 3	Tom Yum Goong	45
Gambar 4	Som Tum	46
Gambar 5	Pad Thai	47
Gambar 6	Manggo Sticky Rice	48
Gambar 7	Coconut Ice Cream	48
Gambar 8	Thai Tea	49
Gambar 9	Label Produk Makanan Halal Thailand	67
Gambar 10	Logo Restoran Thai Select	75
Gambar 11	Logo Thai Select Products	76
Gambar 12	Talad Rod Fai Night Market	81
Gambar 13	Chatuchak Market	82
Gambar 14	Chatuchak Market	82
Gambar 15	Neon Night Market	83
Gambar 16	Asiatique The Riverfront	84