

UPAYA *NATION BRANDING* KOREA SELATAN DI INDONESIA MELALUI GASTRODIPLOMASI KIMCHI TAHUN 2015-2018

RAFIKA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gastrodiplomasi Kimchi Korea Selatan di Indonesia pada periode 2015 sampai dengan 2018. Pada penelitian ini penulis juga menjelaskan berbagai upaya Korea Selatan dalam menjaga *nation branding* di Indonesia. Korea Selatan terus berupaya untuk mempromosikan kuliner di Indonesia yang semakin beragam setiap tahunnya. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa bagaimana implementasi Korea Selatan menerapkan gastrodiplomasi dalam mempromosikan Kimchi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep gastrodiplomasi dan *nation branding* yang nantinya akan dijadikan tumpuan dalam analisis yang akan digunakan penulis. Adapun metode penelitian yang digunakan penulis adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data yaitu studi pustaka. Cita rasa makanan Korea Selatan memiliki kesamaan dengan makanan Indonesia hal ini menyebabkan makanan Korea Selatan mudah di terima oleh masyarakat Indonesia. Hasil akhir penelitian ini menemukan bahwa penerapan gastrodiplomasi kimchi di Indonesia adanya kenaikan peminat kimchi, bertambahnya restoran Korea Selatan di Indonesia, bertambahnya ekspor dan impor khususnya di bidang makanan. Gastrodiplomasi yang dilakukan Korea Selatan tersebut dilakukan untuk lebih memperkenalkan kebudayaan Korea Selatan terutama dalam bidang kuliner.

Kata Kunci: Gastrodiplomasi, Kimchi, *Nation Branding*, Korea Selatan, Indonesia

***SOUTH KOREA NATION BRANDING EFFORTS IN INDONESIA
THROUGH KIMCHI GASTRODIPLOMACY 2015-2018***

RAFIKA

ABSTRACT

This study aims to find out how South Korea's Kimchi gastrodiplomacy in Indonesia in the period 2015 to 2018. In this study, the author also explains South Korea's various efforts in maintaining nation branding in Indonesia. South Korea continues to strive to promote culinary delights in Indonesia, which are becoming more diverse every year. The purpose of this study is to analyze how South Korea's implementation gastrodiplomacy in promoting Kimchi in Indonesia. This research uses the concepts of gastrodiplomacy and nation branding which will later be used as a support in the analysis that the author will use. The research method used by the author is descriptive qualitative using a data source, namely library research. The taste of South Korean food has similarities with Indonesian food, this causes South Korean food to be easily accepted by the Indonesian people. The final results of this study found that the application of kimchi gastrodiplomacy in Indonesia has increased kimchi enthusiasts, the increase in South Korean restaurants in Indonesia, the increase in exports and imports, especially in the food sector. The Gastrodiplomacy carried out by South Korea was carried out to further introduce South Korean culture, especially in the culinary field.

Keywords: *Gastrodiplomacy, Kimchi, Nation Branding, South Korea, Indonesia*