



Judul Skripsi

**GASTRODIPLOMASI DALAM SEKTOR KULINER SEBAGAI NATION BRANDING
THAILAND PERIODE 2014-2018**

Nama : Aisyah Dwi Lestari

NIM : 1510412006



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2019



**Gastrodiplomasi dalam Sektor Kuliner sebagai *Nation Branding* Thailand
Periode 2014-2018**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai syarat utama dalam memperoleh gelar
Sarjana Program Studi Hubungan Internasional**

Disusun oleh:

Aisyah Dwi Lestari (1510412006)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Aisyah Dwi Lestari

NIM : 1510412006

Program Studi : Hubungan Internasional

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

Jakarta, Mei 2019

Yang menyatakan,



Aisyah Dwi Lestari

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Aisyah Dwi Lestari
NIM : 1510412006
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Hubungan Internasional

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

**GASTRODIPLOMASI DALAM SEKTOR KULINER SEBAGAI
NATION BRANDING THAILAND PERIODE 2014-2018**

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 juga mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya:

Jakarta, Mei 2019

Yang menyatakan,



Aisyah Dwi Lestari

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Aisyah Dwi Lestari

NIM : 1510412006

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : GASTRODIPLOMASI DALAM SEKTOR KULINER SEBAGAI
NATION BRANDING THAILAND PERIODE 2014-2018

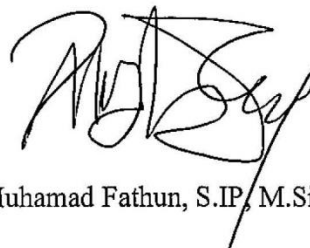
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing Utama



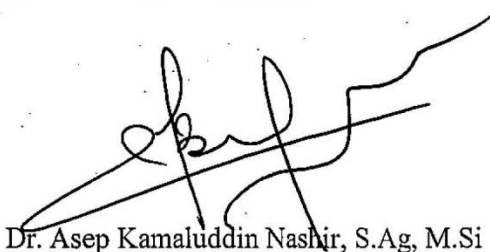
Dr. Asep Kamaluddin Nashir, S.Ag, M.Si

Pembimbing Pendamping



La Ode Muhamad Fathun, S.IP, M.Si

Ketua Program Studi



Dr. Asep Kamaluddin Nashir, S.Ag, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian: 3 Mei 2019

“GASTRODIPLOMASI DALAM SEKTOR KULINER SEBAGAI NATION BRANDING PERIODE 2014-2018”

Aisyah Dwi Lestari

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pemerintah Thailand menerapkan strategi gastrodiplomasi untuk membentuk citra positif dari kuliner mereka sebagai *nation branding* negaranya guna mengalihkan citra negatif yang ada. Konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep *nation branding* oleh Keith Dinnie (2008) yang difokuskan pada *brand image* dan *national brand hexagon* oleh Anholt (2005). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dari publikasi laman resmi pemerintah Thailand dan pelaksanaan wawancara dengan beberapa ahli pada bidang yang bersangkutan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, arsip, jurnal, berita, dokumen pendukung yang diolah dengan metode studi literatur dan analisis dokumen. Program yang dilakukan oleh Thailand dalam membangun citra positifnya kepada publik internasional sangat bermanfaat untuk mempertahankan eksistensinya di tingkat global. Studi ini menemukan bahwa gastrodiplomasi bukan hanya berperan sebagai instrumen pelengkap, tetapi juga berperan sebagai strategi penting untuk meningkatkan familiaritas negara dengan membangun citra kulinernya sebagai *nation branding* untuk mengalihkan citra negatif yang ada dalam tahap awal membentuk hubungan baik dengan negara lain.

Kata Kunci: gastrodiplomasi, Thailand, nation branding, citra, kuliner

“GASTRODIPLOMASI DALAM SEKTOR KULINER SEBAGAI NATION BRANDING PERIODE 2014-2018”

Aisyah Dwi Lestari

Abstract

This research aims to explain how Thailand government implements gastrodiplomacy strategy to construct positive image from their culinary sector as their nation branding to shift the negative image existed. The main concept in this research is nation branding concept by Keith Dinnie (2008) focusing in brand image and national brand hexagon by Anholt (2005). This study applied descriptive qualitative method by using primary data from publication in official websites of Thailand government and interview with the experts of related sector. While secondary data obtained from books, archives, journals, news, documents processed with literature study and document analysis method. The program conducted by Thailand in building its positive image to the international community is very beneficial in maintaining their existence at the global level. This study found that gastrodiplomacy is not just implemented as complementary instrument, but also implemented as an important strategy to improve the familiarity of the country with building its culinary image as their nation branding to shift the negative image in the first stage to make good relations with other countries.

Keywords: *gastrodiplomacy, Thailand, nation branding, image, culinary*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu dan dapat mengatasi berbagai hambatan yang ada dengan baik selama penulisan skripsi ini berlangsung. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana dari Program Studi Hubungan Internasional, Konsentrasi Ekonomi Politik Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dengan judul **“GASTRODIPLOMASI DALAM SEKTOR KULINER SEBAGAI NATION BRANDING THAILAND PERIODE 2014-2018.”**

Dalam menyusun skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. R. Dudy Heryadi, selaku Dekan FISIP UPN “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Dr. Asep Kamaluddin Nashir, S.Ag, M.Si, selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional dan Dosen Pembimbing Utama.
3. Bapak La Ode Muhamad Fathun, S.IP, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Pendukung.
4. Mr. Paul Rockower, Mr. Juyan Zhang, dan Ibu Paramitaningrum, Ph.D, selaku narasumber dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ayahanda Jamin dan Ibunda Kasmirah, selaku orang tua tercinta yang selalu ada dan terus memberikan dukungan secara penuh, baik moriil dan materiil, serta selalu memberikan motivasi dan dorongan tanpa henti kepada penulis.
6. Anisa Febrianti, kakak penulis yang selalu memberikan dukungan, menghibur penulis selama penyusunan laporan ini berlangsung, dan selalu mengingatkan penulis untuk lulus tepat pada waktunya. Selain itu

juga Almond, Crispy, dan Pudding yang selalu menemani dan menghibur disela-sela kesibukan penulis dalam menyusun skripsi.

7. Teman-teman Parjan yang telah menemani penulis dalam menjalani kurang lebih empat tahun masa perkuliahan. Semoga dipertemukan kembali dalam kondisi yang utuh, jangan ada sisa-sisaan. Teman-teman dari GP Family, Kingdom Family, KoS yang selalu menyita waktu pengerjaan skripsi penulis dengan lelucon-lelucon garing nan menghibur, dan juga Shidqi Maulana yang selalu membuat penulis begadang hingga dini hari untuk mengerjakan skripsi, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
8. Keluarga, teman-teman dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan, dorongan, dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, namun penulis sangat berharap dengan adanya skripsi yang telah disusun ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, terutama mahasiswa/i yang juga akan menyusun skripsi di kemudian hari.

Jakarta, 15 Mei 2019

Penulis,

Aisyah Dwi Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL DAN GRAFIK.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Literature Review.....	9
2.2 Kerangka Pemikiran.....	15
2.2.1 Diplomasi Kebudayaan.....	15
2.2.2 Gastrodiplomasi.....	20
2.2.3 <i>Nation Branding</i>	24
2.3 Alur Pemikiran.....	29
2.4 Asumsi Dasar.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Sumber Data.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34

3.4	Teknik Analisis Data.....	36
3.5	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	39
BAB IV CITRA NEGARA THAILAND DI MATA DUNIA INTERNASIONAL.....		41
4.1	Citra Negatif Thailand di Mata Internasional.....	41
4.2	Industri Makanan dan Kuliner Thailand.....	51
4.3	Keragaman dan Keunikan Makanan Khas Thailand sebagai Identitas Negara....	55
4.4	Thailand sebagai Negara Pelopor Pelaksanaan Gastrodiplomasi.....	65
BAB V IMPLEMENTASI GASTRODIPLOMASI DALAM SEKTOR KULINER SEBAGAI NATION BRANDING THAILAND.....		73
5.1	Gastrodiplomasi sebagai Upaya Mengalihkan Citra Negatif Thailand.....	73
5.2	Implementasi Gastrodiplomasi Thailand.....	75
5.2.1	<i>Global Thai</i>	76
5.2.2	<i>Thailand: Kitchen of the World</i>	81
5.2.2.1	Sektor Agrikultur dalam mendukung Industri Kuliner Thailand.....	83
5.2.2.2	Halal Food.....	91
5.2.2.3	Thai Select.....	99
5.2.2.4	Thai Delicious.....	108
5.2.2.5	THAIFEX.....	112
5.2.2.6	Food Innopolis.....	115
5.3	Citra Kuliner sebagai <i>Nation-Branding</i> Thailand.....	119
5.3.1	<i>People</i>	121
5.3.2	<i>Promoting Tourism</i>	123
5.3.3	<i>Culture</i>	128
5.3.4	<i>Exporting Brands</i>	134
5.3.5	<i>Investment</i>	137
5.3.6	<i>Foreign and Domestic Policy</i>	140
5.4	Pandangan Masyarakat Internasional terhadap <i>Brand Image</i> Thailand.....	143
BAB VI PENUTUP.....		149
6.1	Kesimpulan.....	149
6.2	Saran.....	151
DAFTAR PUSTAKA.....		152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. National Brand Hexagon.....	26
Gambar 2. Populasi Utama HIV/AIDS di Thailand.....	45
Gambar 3. Tanggapan mengenai pertanyaan “Apa kata yang pertama kali melintas ketika memikirkan tentang Thailand?”	48
Gambar 4. Khao Chae.....	59
Gambar 5. Foi Thong.....	59
Gambar 6. Tom Yam.....	61
Gambar 7. Pad Thai.....	61
Gambar 8. Khao Niao Mamuang.....	61
Gambar 9. Persentase terhadap pertanyaan “Seberapa sering anda memakan makanan khas Thailand pada saat berkunjung ke Thailand?”	64
Gambar 10. Buku Elektronik Thailand: Kitchen of the World.....	83
Gambar 11. Negara Pengekspor Beras.....	85
Gambar 12. Komoditas Ekspor Unggulan Thailand.....	86
Gambar 13. Nilai Ekspor Komoditas Pertanian.....	86
Gambar 14. Label Produk Makanan Halal Thailand.....	94
Gambar 15. Label Makanan Thailand Diamond Halal.....	97
Gambar 16. HAL-Q.....	97
Gambar 17. Thai Select Premium, Thai Select, dan Thai Select Unique	102
Gambar 18. Thai Select Thai Food Products.....	103
Gambar 19. Label Thai Delicious.....	110
Gambar 20. Tom Yum Soup Instant Sauce Product.....	110
Gambar 21. E-delicious.....	111
Gambar 22. THAIFEX 2018.....	114
Gambar 23. <i>Thai Street Food Festival</i> di Bangkok.....	122
Gambar 24. Amazing Thai Taste Festival.....	125
Gambar 25. 4 th UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism.....	126

Gambar 26. Perilaku wisatawan dalam mencoba makanan khas Thailand di tempat lain..	146
Gambar 27. Perilaku wisatawan dalam berkunjung ke Thailand untuk memakan makanan khas Thailand.....	147

DAFTAR TABEL DAN GRAFIK

Tabel 1. Kegiatan Penelitian.....	40
Tabel 2. Estimasi Total Jumlah Pekerja Seks di Thailand.....	44
Tabel 3. Estimasi HIV/AIDS di tahun 2017.....	46
Tabel 4. Kuantitas Restoran Khas Thailand bersertifikasi “Thai Select”.....	104
Grafik 1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Thailand.....	127
Tabel 5. Tanggapan Masyarakat Internasional terhadap Makanan Khas Thailand.....	145

DAFTAR SINGKATAN

FGD	: <i>Focus Group Discussion</i>
KBRI	: <i>Kedutaan Besar Republik Indonesia</i>
APEGA	: <i>Peruvian Society of Gastronomy</i>
UNESCO	: <i>United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization</i>
HIV/AIDS	: <i>Human Immunodeficiency Virus/Acquired Immuno Deficiency Syndrome</i>
WHO	: <i>World Health Organization</i>
UNAIDS	: <i>United Nations Programme on HIV/AIDS</i>
MOPH	: <i>Ministry of Public Health Thailand</i>
FDA	: <i>Food and Drug Administration Thailand</i>
BMA	: <i>Bangkok Metropolitan Administration</i>
OIC	: <i>Organisation of Islamic Cooperation</i>
HSC-CU	: <i>The Halal Science Center-Chulalongkorn University</i>
HSIT	: <i>The Halal Standard Institute of Thailand</i>
CICOT	: <i>The Central Islamic Committee of Thailand</i>
HACCP	: <i>Hazard Analysis and Critical Control Points</i>
GHP	: <i>Good Hygienic Practice</i>
MFAFF	: <i>Ministry of Food, Agriculture, Forestry, and Fisheries South Korea</i>
KFF	: <i>Korean Food Foundation</i>
MATRADE	: <i>Malaysia External Trade Development Corporation</i>
QMS	: <i>Quality Management System</i>
GMP	: <i>Good Manufacturing Practice</i>
GAP	: <i>Good Agricultural Practice</i>
ISO	: <i>The International Organization for Standardization</i>
ACFS	: <i>National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards</i>
MOAC	: <i>Ministry of Agriculture and Cooperatives Thailand</i>
DOF	: <i>Department of Fisheries</i>
DLD	: <i>Department of Livestock Development</i>
DOA	: <i>Department of Agriculture</i>
DOH	: <i>Department of Health</i>
NFI	: <i>National Food Institute</i>
BOI	: <i>Thailand's Board of Investment</i>
MOC	: <i>Ministry of Commerce Thailand</i>
NSTDA	: <i>National Science and Technology Development Agency</i>
MOST	: <i>Ministry of Science and Technology</i>
TCC	: <i>Thai Chamber of Commerce</i>
HAL-Q	: <i>Halal Assurance and Liability Quality System</i>
ICOPs	: <i>The Islamic Committee of Provinces</i>

GMTI	: <i>Global Muslim Travel Index</i>
DITP	: <i>Department of International Trade Promotion</i>
NIA	: <i>National Innovation Agency</i>
MOI	: <i>Ministry of Industry</i>
OSSC	: <i>One Stop Service Center</i>
TAT	: <i>Tourism Authority of Thailand</i>
MOTS	: <i>Ministry of Tourism and Sports</i>
UNWTO	: <i>United Nations World Tourism Organization</i>
MOFA	: <i>Ministry of Foreign Affairs</i>
ECA	: <i>Egyptian Chefs Association</i>
TQM	: <i>Total Quality Management</i>
EXIM Bank	: <i>Export-Import Bank of Thailand</i>
SME Bank	: <i>Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Form A2.2.....A1
	Form A5.....A2
Lampiran B	Hasil Wawancara dengan Mr. Paul Rockower.....B3
	Hasil Wawancara dengan Mr. Juyan Zhang.....B4
	Hasil Wawancara dengan Ibu Paramtianingrum, Ph.DB5
Lampiran C	Sertifikat Kegiatan selama Perkuliahan.....C1
Lampiran D	Daftar Riwayat Hidup.....D1