

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara *super power* hampir semua negara di seluruh dunia ingin menjalin hubungan bilateral yang baik dengan Amerika Serikat, tidak terkecuali Indonesia dan Thailand. Hubungan bilateral Thailand dan Amerika Serikat pada awalnya terjalin melalui aspek militer semenjak perang dunia kedua berlangsung pada tahun 1818.¹ Kerja sama pertama kali ditandatangani pada tahun 1833 sebagai pengesahan hubungan bilateral kedua negara ini. Hasil dari kerja sama dilaksanakan melalui pelatihan militer Amerika Serikat, *Cobra Gold* yang memberikan perlengkapan serta instruksi terhadap militer Thailand. Hubungan kedua negara ini kemudian merangkul ke aspek lain, seperti kerja sama yang mendukung sistem demokrasi, hukum, penanganan kriminal hingga hak asasi manusia.²

Kerja sama ekonomi melalui perjanjian *Ayeyawady-Chao Phraya—Mekong Economic Cooperation Strategy (ACMECS)* merupakan dukungan Amerika Serikat terhadap Thailand dalam pembangunan infrastruktur dengan negara ASEAN. Thailand menjadi negara aliansi pertama non-NATO dengan Amerika Serikat sejak tahun 2003.³ Hal ini memberikan keuntungan bagi Thailand karena negara lain menjadi segan dan akan lebih berminat menjalin kerja sama dengan

¹ “U.S. Relations with Thailand - United States Department of State,” dimodifikasi pada 7 Mei 2020, Diakses pada 15 September 2020, <https://www.state.gov/u-s-relations-with-thailand/>.

² “U.S. Relations with Thailand - United States Department of State,” *Ibid.*

³ “U.S. Relations with Thailand - United States Department of State,” *Ibid.*

Thailand.⁴ Keuntungan akan hubungan ini membuat Thailand ingin terus menjalin hubungan yang baik dengan Amerika Serikat.

Hubungan Indonesia dan Amerika Serikat juga terjalin cukup lama dimulai pada tahun 1949. Sempat renggang pada tahun 1998 akibat kerusuhan mengenai isu komunisme dan hak asasi manusia. Namun tahun 2010 keduanya menjalin kembali hubungan bilateral melalui isu global *Indo-Pacific* untuk meningkatkan kinerja di berbagai aspek.⁵ Menghasilkan hubungan yang baik, maka kerja sama ini berlanjut hingga tahun 2015 kerja sama diresmikan dalam *U.S-Indonesia Strategic Partnership* sebagai partner resmi dari tahun 1949.⁶

Pada tahun 2018 keduanya juga menjalin kerja sama dalam kegiatan ekspor-impor yang mendukung perekonomian negara. Pada tahun 2019, Indonesia memperingati 70 tahun kerja sama dengan Amerika dengan program *#IndonesiaUSA70th Youth Ambassadors* berharap kerja sama ini akan terus berlanjut dan berkembang ke berbagai aspek termasuk melibatkan generasi milenial.⁷ Hal ini menjadi fokus utama Indonesia dalam kerja sama ini untuk memberikan ide-ide terhadap generasi muda Indonesia. Saling bertukar ilmu dan ide akan memberikan peluang bagi kaum milenial Indonesia dalam membuka wawasan yang lebih luas untuk memajukan pembangunan negara.

⁴ "U.S. Relations with Thailand - United States Department of State," *Ibid*.

⁵ "U.S. Relations with Indonesia - United States Department of State," *U.S. Department of State* (U.S. Department of State, May 7, 2020), dimodifikasi pada 7 Mei, 2020, diakses pada 15 September 2020, <https://www.state.gov/u-s-relations-with-indonesia/>.

⁶ "U.S. Relations with Indonesia - United States Department of State," *Ibid*.

⁷ "The Republic of Indonesia And The United States Of America Welcomes 70 Years Of Bilateral Relations: Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia," *The Republic Of Indonesia And The United States Of America Welcomes 70 Years Of Bilateral Relations | Portal Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia*, diakses 15 September 2020, <https://kemlu.go.id/portal/en/read/173/berita/the-republic-of-indonesia-and-the-united-states-of-america-welcomes-70-years-of-bilateral-relations>.

Banyak upaya yang sudah dilakukan oleh Thailand dan Indonesia dalam meningkatkan hubungan bilateral dengan Amerika, salah satunya melalui Gastro Diplomasi. Gastro diplomasi atau sering dikenal sebagai diplomasi kuliner adalah kegiatan diplomasi yang dilakukan dengan mempromosikan masakan atau kuliner sebagai *nation branding* untuk meningkatkan hubungan baik dengan negara lain.⁸

Dipelopori oleh Thailand pertama kali pada tahun 2002 melaksanakan gastro diplomasi yang mempromosikan “*Global Thai Programme*” dalam program “*Thai Kitchen to The World*” menghadirkan *Pad Thai* dan *Tom Yam* sebagai masakan khas Thailand ke seluruh dunia. Aksi Thailand ini menunjukkan hasil yang pesat dalam waktu singkat *Tom Yam* masuk dalam nominasi makanan favorit versi CNN (*Cable News Network*) pada tahun 2002.⁹ Indonesia pada tahun 2017 ikut mempromosikan *Rendang* ke seluruh dunia. Sebelum itu, pada tahun 2010 *Rendang* telah menarik perhatian dunia namun belum dipromosikan dengan resmi sebagai aksi dari gastro diplomasi. Dalam waktu singkat, pada tahun 2017 juga *Rendang* dan *Nasi Goreng* masuk dalam peringkat pertama dan kedua sebagai makanan terbaik oleh CNN. Dari sini, gastro diplomasi Indonesia lebih terfokuskan dengan diadakannya festival termasuk promosi makanan Indonesia di Amerika oleh Diaspora Indonesia.¹⁰ Kerja sama dilakukan oleh kementerian luar

⁸ Wantanee Suntikul, “Current Issues in Tourism Gastrodiplomacy in Tourism,” *Current Issues in Tourism* 0, no. 0 (2017): 1–19, <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1363723>. Diakses pada 15 September 2020.

⁹ Yuliatma, Fartiannur, “Kepentingan Thailand Dalam Melakukan Gastrodiplomacy Melalui Kitchen of The World.” *e-Journal Ilmu Hubungan Internasional* 6 (4): 1565–88. Diterbitkan 2018, diakses pada 15 September 2020 [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/09/10.1102045037 - Yuliatma Fartiannur \(09-14-18-02-36-46\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/09/10.1102045037-Yuliatma-Fartiannur-(09-14-18-02-36-46).pdf).

¹⁰ Aucky, Adi Kurniawan. “Upaya Diaspora Indonesia di Amerika Serikat Dalam Meningkatkan Brand Awardness melalui Food Festival.” *Mandala Jurnal Ilmu Hubungan Internasional* Vol.2, No. 2. Diterbitkan 2019, diakses pada 15 September 2020

negeri bersama *Indonesian Gastronomy Association (IGA)* dilakukan pada tahun 2019 dengan mengadakan seminar yang mendorong bisnis pembukaan restoran Indonesia di luar negeri.¹¹

Gastro diplomasi kemudian menjadi aksi yang diikuti hampir seluruh negara di seluruh dunia sebagai langkah mempromosikan pariwisata dan menjalin hubungan yang baik dengan negara lain. Aksi promosi makanan sebagai *nation branding* menjadikan sebuah negara dikenal akan keberagaman budaya terutama kulinernya.¹² Kampanye tidak hanya dilakukan secara formal namun juga non-formal seperti penyampaian secara verbal oleh individu memberikan keuntungan bagi negara dalam menjalankan gastro diplomasi nya secara global.

Di Asia, Jepang turut memperkenalkan *Sushi* ke seluruh dunia pada tahun 2005. Dengan membentuk organisasi non-profit, pemerintah Jepang mendorong pembukaan restoran *Sushi* ke negara-negara lain. Korea Selatan pada tahun 2009 mengampanyekan program “*Korean Cuisine to The World*” melalui logo “*Global Hansik*” atau “*Global Koreanfood*”. Program ini mempromosikan masakan tradisional (*Hansik*), salah satunya adalah *Kimchi*. Kemudian muncul istilah “*Kimchi Diplomacy*” sebagai representatif *national branding* negeri Ginseng ini.¹³ Pada tahun 2010 Taiwan melalui program “*All in Good Taste: Savor the*

¹¹ Humas, “Meningkatkan Branding Negara Melalui ‘Gastro Diplomacy.’”. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. Diterbitkan 29 April 2017, diakses pada 15 September 2020 <https://setkab.go.id/meningkatkan-branding-negara-melalui-gastro-diplomacy/>.

¹² Adirini Pujayanti, “GASTRODIPLOMASI – UPAYA MEMPERKUAT DIPLOMASI INDONESIA Gastrodiplomacy – Efforts to Strengthen Indonesia’s Diplomacy” 9, no. 1 (2017): 325–332, <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKewiXhLbnx-fnAhXWzjgGHUUzDooQFjAAegQIARAB&url=https://jurnal.dpr.go.id/index.php/politica/article/download/884/537&usq=AOvVaw1FTwcKNfm1U3xfnlDcFyyK>.

¹³ Wantanee Suntikul, “Current Issues in Tourism Gastrodiplomacy in Tourism,” *Ibid*.

Flavors of Taiwan” melahirkan istilah “*Dim Sum Diplomacy*”. Dengan mempromosikan masakan fusionnya yakni Dim Sum.¹⁴ Diwaktu yang bersamaan Malaysia juga ikut melaksanakan program “*Malaysia Kitchen for the World*”. Program ini mempromosikan masakan “*Peranakan*” yakni masakan Cina-Malay yang dihidangkan secara halal.¹⁵

Di luar Asia, pada tahun 2004 tiga negara (Denmark, Norwegia dan Swedia) berkumpul di Kopenhagen untuk mempromosikan program “*Nordic Food Movement*”. Dengan tujuan mempromosikan masakan tradisional masing-masing negara, kegiatan ini dilakukan dengan memperkenalkan bahan lokal dan teknik memasak tradisional.¹⁶ Perancis pada tahun 2010 mengadakan “*Gastronomic meal of the French*” dengan memperkenalkan masakan tradisional yang beragam dan *wine*. Aksi Perancis ini diakui oleh UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) dan menjadikannya sebagai nominasi “*Cities of Gastronomy*”.¹⁷ Selain beberapa negara di atas, masih banyak negara-negara seperti: Australia dan Peru juga ikut mengadakan aksi kampanye gastro diplomasi dalam memperkenalkan *nation branding* mereka.

Amerika Serikat merupakan salah satu negara tujuan diadakannya gastro diplomasi oleh beberapa negara. Antusias sebagai negara *super power*, Amerika juga merupakan negara yang memiliki keberagaman penduduk. Oleh karena itu,

¹⁴ Wantanee Suntikul, “Current Issues in Tourism Gastrodiplomacy in Tourism,” *Ibid.*

¹⁵ “Eight Great Gastrodiplomacy Nations,” *Eight Great Gastrodiplomacy Nations | USC Center on Public Diplomacy*, diakses 15 September 2020, <https://www.uscpubdiplomacy.org/story/eight-great-gastrodiplomacy-nations>.

¹⁶ Wantanee Suntikul, “Current Issues in Tourism Gastrodiplomacy in Tourism,” *Ibid.*

¹⁷ Wantanee Suntikul, “Current Issues in Tourism Gastrodiplomacy in Tourism,” *Ibid.*

untuk mempromosikan gastro diplomasi dapat dilakukan secara non-formal yakni melalui pendekatan antar penduduk akan membuat aksi ini dapat di terima dengan cepat karena daya tarik yang beragam.

Penelitian ini akan membahas upaya gastro diplomasi dan mempelajari dampaknya hubungan bilateral antara Indonesia dan Thailand terhadap Amerika Serikat. Hasil penelitian ini akan menunjukkan beberapa kerja sama bilateral antara Indonesia dan Thailand bersama Amerika Serikat melalui permintaan pembukaan restoran, kegiatan ekspor-impor dan berbagai hal lainnya. Selain itu, penelitian ini menghadirkan informasi perbandingan efektivitas dari gastro diplomasi kedua negara terhadap hubungan bilateral dengan Amerika Serikat. Melalui penelitian ini, penulis juga ingin memaparkan implementasi apa saja yang bisa dipelajari oleh Indonesia dari Thailand agar dapat mengembangkan gastro diplomasinya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka studi perbandingan efektivitas Gastro diplomasi yang dilakukan oleh kedua negara (Thailand dan Indonesia) melalui kurun waktu pelaksanaan program secara global terutama Amerika Serikat. Thailand tahun 2002-sekarang, sedangkan Indonesia tahun 2017-sekarang. Oleh karena itu, ada beberapa masalah yang ingin diidentifikasi, yaitu:

1. Mengapa Thailand dan Indonesia memilih Gastro Diplomasi sebagai instrumen peningkatan hubungan bilateral dengan Amerika Serikat?

2. Bagaimana implementasi Gastro Diplomasi yang dilaksanakan oleh Thailand dan Indonesia ke Amerika Serikat?
3. Apa dampak dari Gastro Diplomasi yang dilaksanakan oleh Thailand dan Indonesia terhadap hubungan bilateral Amerika Serikat? Dinilai dari kegiatan ekspor ke Amerika Serikat.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian kali ini ditujukan untuk memberikan jawaban akan rumusan masalah di atas, yaitu:

- a. Untuk mengetahui alasan penggunaan Gastro Diplomasi sebagai instrumen yang membangun dan mempererat hubungan bilateral dengan Amerika Serikat.
- b. Untuk membandingkan implementasi dari pelaksanaan promosi Gastro Diplomasi yang dilaksanakan oleh kedua negara di Amerika Serikat.
- c. Untuk mengetahui dampak dari pelaksanaan Gastro Diplomasi negara Indonesia dan Thailand dalam mempererat hubungan bilateral melalui peningkatan ekspor kedua negara terhadap Amerika Serikat.

1.4 Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan penelitian ini bisa menghadirkan kritik dan saran yang bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Hubungan Internasional dalam meneliti satu cara diplomasi yang baru.

- b. Hasil penelitian ini bisa menghadirkan referensi bagi penelitian terkait *power* serta perbandingan antara Indonesia dan Thailand secara spesifik dalam hal hubungan bilateral yang dicapai melalui Gastro diplomasi dengan Amerika Serikat.
- c. Sebagai bentuk referensi untuk membentuk kesadaran masyarakat dengan turut berpartisipasi dalam Gastro diplomasi yang tidak hanya mempengaruhi politik negara melainkan juga ekonomi, sosial dan budaya negara dilihat dari keberhasilan hubungan dengan Amerika Serikat.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bagian, yang terdiri dari:

BAB I: Pembahasan pada bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang dari topik yang telah dipilih, menentukan tiga pertanyaan dari rumusan masalah, menentukan 3 tujuan dan kepentingan dari diadakannya penelitian ini.

BAB II: Dalam bagian ini, penulis menjabarkan kerangka berpikir yang akan digunakan dalam penelitian. Bab ini terbagi ke dalam dua bagian, yang pertama berisi tentang tinjauan pustaka di mana penulis memaparkan kajian-kajian yang akan penulis gunakan serta tinjauan teori yang akan membantu penulis menjawab rumusan masalah dari penelitian ini.

BAB III: Pada bagian ini, penulis menguraikan metode-metode yang akan digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini. Mulai dari pendekatan

kualitatif yang digunakan, metode penelitian *comparative case study*, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV: Bagian ini akan berisi tentang analisis dari tiga rumusan masalah yang telah ditentukan oleh penulis. Dalam bagian ini penulis akan menjelaskan alasan kedua negara, yakni Thailand dan Indonesia memilih Amerika sebagai negara tujuan pelaksanaan gastro diplomasi. Strategi apa saja yang diambil oleh kedua negara dalam melaksanakan gastro diplomasi di Amerika. Penulis juga akan membandingkan efektivitas dari kegiatan gastro diplomasi kedua negara di Amerika sebagai bentuk pembelajaran yang perlu ditingkatkan dalam mencapai keberhasilan hubungan bilateral dengan Amerika Serikat.

BAB V: Pada bagian kesimpulan, penulis akan memaparkan interpretasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Penulis juga akan memberikan pendapat dan saran mengenai peningkatan hubungan bilateral terutama kegiatan ekspor yang dicapai melalui gastro diplomasi Thailand dan Indonesia bersama Amerika Serikat.