

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada skripsi ini berdasarkan pada pembahasan bab sebelumnya penulis menarik kesimpulan bahwasanya penerapan gastrodiplomasi dapat membantu Jepang dalam mempromosikan pariwisatanya. Kuliner sendiri jelas memiliki potensi yang besar dalam memperkuat soft power sebuah negara. Kuliner juga merupakan perwujudan dari kebudayaan suatu komunitas atau bangsa yang dapat berperan sebagai simbol dan identitas bangsa. Meskipun orang Jepang saat ini telah sangat bebas menentukan jenis makanan yang diinginkan, makanan tradisional Jepang tetap diutamakan dan selalu hadir dalam keseharian, perayaan-perayaan besar seperti festival dan tahu baru. Kesadaran orang Jepang terhadap gizi makanan yang dikonsumsi pun sangat tinggi, sehingga makanan tradisional yang baik untuk kesehatan tetap dijadikan acuan sebagai makanan yang disarankan oleh pemerintah Jepang untuk masyarakatnya. Keseriusan menjaga tradisi seiring era globalisasi menjadi kekuatan negara Jepang membentuk citra bangsanya.

Adapun warna budaya yang tercermin dalam makanan Jepang dapat dilihat dari bagaimana orang Jepang memilih bahan dasar makanan yang dibuat berdasarkan musim yang sedang berlangsung, mengolahnya dengan baik untuk tetap mempertahankan gizi yang dimiliki bahan dasarnya, serta

penyajianya yang menjaga tradisi dari waktu ke waktu menjadikan makanan Jepang memiliki jati diri yang kuat di dunia kuliner internasional.

Selain itu penggunaan media sosial untuk mempromosikan makanan khas Jepang juga sangat berpengaruh dalam hal ini. Strategi gastrodiplomasi yang digunakan pemerintah Jepang juga telah berhasil meningkatkan jumlah wisatawan asing yang berasal dari Berbagai negara. Influencer media sosial Jepang mampu berperan sebagai aktor dalam penyebaran budaya Jepang, dan dengan dikemas dalam bentuk konten kreatif telah membuat berbagai budaya Jepang dengan mudah untuk diterima oleh masyarakat dan populer secara global. Dengan popularitas kebudayaan Jepang yang telah mengglobal, maka kemudian akan berpotensi memberikan peningkatan citra positif bagi Jepang. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa influencer media sosial Jepang dapat berperan penting dan efektif sebagai aktor diplomasi individu, yang mampu dalam melakukan praktik diplomasi budaya melalui konten yang disebarakan melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Skripsi, Jurnal dan Artikel

- Baskoro, R. M. (2017). Konseptualisasi dalam Gastro Diplomasi: Sebuah Diskusi Kontemporer dalam Hubungan Internasional. *Insignia: Journal of International Relations*, 4(02), 35-48.
- Berridge, GR, & Berridge, GR (2010). diplomasi publik. *Diplomasi: Teori dan praktek* , 179-191.
- Dewanti,W.A. (2022). *Gastronomi Ramen pada Anime" Ramen Daisuki Koizumi-san"* (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).
- Erwindo, C. W. (2018). Efektifitas Diplomasi Budaya Dalam Penyebaran Anime Dan Manga Sebagai Nation Branding Jepang. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, 7(2), 66-78.
- Gracya, A. F. (2021). Strategi Gastrodiplomacy Thailand Untuk Mengubah Image Melalui Kitchen Of The World Tahun 2003-2010.
- Hadi, A., & Seminar, B. (2009). Politik Luar Negeri Indonesia: Prospek dan tantangan dalam Era Globalisasi. *Dirjen IDP Separtemen luar Negeri Republik Indonesia*.
- Kanza, T. M. (2016). *Pengaruh Gastrodiplomacy Korea Selatan Terhadap Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Indonesia Subsektor Kuliner* (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN).

- Nye Jr, JS (2008). Diplomasi publik dan soft power. *Sejarah akademi ilmu politik dan sosial Amerika* , 616 (1), 94-109.
- Panikkar, K. M. (1956). The twentieth century in Asian and world history. *India Quarterly*, 12(3), 217-249.
- Pujayanti, A. (2017). Gastrodiplomasi–Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia. *Jurnal Politic Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri dan Hubungan Internasional*, 8(1).
- Rockower, Paul. "The state of gastrodiplomacy." *Public Diplomacy Magazine* 11.14 (2014): 434-435.
- Rockower, PS (2012). Resep untuk gastrodiplomasi. *Place Branding and Public Diplomacy* , 8 , 235-246.
- Sukmadinata, S. N. (2005). Metode penelitian. *Bandung: PT remaja rosdakarya*.
- Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). *Diplomasi kebudayaan: konsep dan relevansi bagi negara berkembang: studi kasus Indonesia*. Ombak.

Website

Minister Of Foreign Affairs of Japan, Exemption of Visa (Short Term Stay) (2014),
http://www.mofa.go.jp/j_info/visit/visa/short/novisa.html (Ranking of Favorite Foreign Cuisine) diakses pada 25 September 2022

<https://www.unesco.org/archives/multimedia/document-3516> (Washoku Dinyatakan Sebagai Warisan Budaya Tak Benda di UNESCO) diakses pada 20 September 2022

<https://www.kompas.com/food/read/2021/05/03/112700875/50-makanan-terbaik-di-dunia-2021-versi-cnn-rendang-urutan-berapa-?page=all> diakses pada tanggal 20 Desember 2022

Current Dietary Situation in Japan and Promotion of Shokuiku (Food and Nutrition Education):https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/pdf/all_en.pdf Diakses Pada Tanggal 23 Desember 2022

<https://statistics.jnto.go.jp/en/> (Grafik Tujuan Turis Asing ke Jepang) diakses pada tanggal 23 juni 2022

<https://asianinspirations.com> (Washoku Set Menu) diakses pada tanggal 24 juni 2022

<https://www.youtube.com/@kanteijp> (Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe Mengkenalkan Washoku dan Ichiju Sansai) diakses pada tanggal 24 juni 2022

<https://www.youtube.com/watch?v=w838ZJfo4CU> (Party Kitchen Promosikan Washoku Melalui Youtube) diakses pada tanggal 24 juni 2022

<https://www.youtube.com/@imamuroom> (Imamu Room Promosikan Washoku Melalui Youtube) diakses pada tanggal 24 juni 2022

<https://tasteofjapan.maff.go.jp/en/> (Website Taste of Japan) diakses pada tanggal 24 juni 2022

<https://www.youtube.com/watch?v=rUaHIHoh5Dg> (Anime Tsugumomo) diakses pada tanggal 24 juni 2022

<https://www.youtube.com/watch?v=OH-IIdphnAE> (Chef Osawa Mempraktekkan Cara Memasak Washoku) diakses pada tanggal 24 juni 2022

<https://washoku-hc.com/wordpress/wp-content/uploads/2017/06/Hal-14.pdf> (Matsumoto Machiko Bersama Peserta Washoku Home Cooking) diakses pada tanggal 24 juni 2022

<https://www.facebook.com/embassyofjapan.id/videos/shokuiku-edukasi-mengenai-makanan/308162090218324/> (Kelas Memasak Shokuiku) diakses pada tanggal 17 September 2022

<https://www.youtube.com/watch?v=VmdgMaDcoSA> (Washoku World Challenge) diakses pada tanggal 29 September 2022

<https://www.youtube.com/watch?v=317jVtAi0e0> (Memperkenalkan Washoku Melalui Acara Indonesian Japan Online Festival 2020) diakses pada tanggal 29 September 2022

