

**PROGRAM GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI
BELANDA MELALUI EVENT *TASTE OF AMSTERDAM*
DALAM MEWUJUDKAN *NATION BRANDING* PADA
TAHUN 2014 – 2019**

SKRIPSI



Oleh:

ADITYA WIRA TAMA

17044010056

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI HUBUNGAN

INTERNASIONAL

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PROGRAM GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI BELANDA
MELALUI EVENT TASTE OF AMSTERDAM DALAM MEWUJUDKAN
NATION BRANDING PADA TAHUN 2014 – 2019**

Disusun oleh :



Aditya Wira Tama

NPM. 17044010056

Menyetujui,

KOORDINATOR PROGRAM STUDI

PEMBIMBING



Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR, C.M.C

NIP. 17119930803037



Praja Firdaus N., S.Hub.Int., M.Hub.Int.

NIP. 388071303601

DEKAN



Dr. Catur Suratnoadji, Msi.

NIP. 196804182021211006

**PROGRAM GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI BELANDA
MELALUI EVENT TASTE OF AMSTERDAM DALAM MEWUJUDKAN
NATION BRANDING PADA TAHUN 2014 – 2019**

Disusun oleh :
ADITYA WIRA TAMA
NPM. 17044010056

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal: 19 Mei 2023

Menyetujui,

Pembimbing Utama



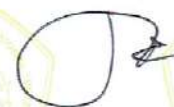
Praja Firdaus N., S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 388071303601

Tim Penguji
Ketua



Resa Rasvidah, M.Hub.Int.
NIP. 198610312021212001

Sekretaris



**Praja Firdaus N.,
S.Hub.Int., M.Hub.Int.**
NIP. 388071303601

Anggota



**Megahman Alidyan K.,
S.IP., M.IP.**
NIP. 198611062021212008

Mengetahui,
DEKAN



Dr. Catur Suratnoadji, Msi.
NIP. 196804182021211006

COORDINATOR
PROGRAM STUDI

**Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP.,
MIR, C.M.C**
NIP. 17119930803037

HALAMAN BEBAS PLAGIARISASI

PROGRAM GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI BELANDA MELALUI EVENT *TASTE OF AMSTERDAM* DALAM MEWUJUDKAN *NATION BRANDING* PADA TAHUN 2014 – 2019

Skripsi yang berjudul “**Program Gastrodiplomasi Indonesia di Belanda melalui Event *Taste of Amsterdam* dalam Mewujudkan *Nation Branding* pada tahun 2014-2019**” ini merupakan karya asli dari penulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memenuhi gelar Strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Bagian serta keseluruhan dari isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi Universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penulis, kecuali dituliskan dengan format kutipan dalam skripsi. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan plagiat maka saya akan menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, 22 Mei 2023

Penulis,

METERAI
TEMPEL
B74C6AKX457448270

Aditya Wiranama

KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan Hidayah-Nya skripsi yang berjudul “**PROGRAM GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI BELANDA MELALUI EVENT *TASTE OF AMSTERDAM* DALAM MEWUJUDKAN *NATION BRANDING* PADA TAHUN 2014 – 2019**” ini dapat disusun dan disidangkan sebagai prasyarat menyelesaikan jenjang pendidikan S1.

Dalam skripsi ini mengangkat topik terkait bagaimana penerapan *nation branding* Indonesia melalui upaya gastrodiplomasi Indonesia di Belanda event *Taste of Amsterdam* pada tahun 2014 – 2019. *Taste of Amsterdam* sendiri merupakan sebuah event tahunan yang diselenggarakan di Belanda berupa festival kuliner yang menghadirkan para pelaku bisnis kuliner, Chef, dan sebagainya. Penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi akademisi serta para peneliti lain yang memiliki fokus terhadap isu kedaulatan.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi penulis dalam menyusun laporan ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan petunjuk serta kemudahan dalam melakukan segala urusan;
2. Praja Firdaus Nuryananda, S. Hub. Int, M. Hub. Int. Selaku pembimbing penulis;
3. Para Dosen serta civitas program studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Ayah, Ibu serta Keluarga yang telah memberikan banyak dukungan, doa dan perhatian kepada Penulis;
5. Para sahabat serta rekan-rekan sesama angkatan 2017;
6. Serta masih banyak beribu-ribu terima kasih yang ingin Penulis ungkapkan kepada banyak pihak yang berkontribusi dalam perkembangan Penulis dalam pembuatan penelitian hingga pada titik ini, yang tidak dapat Penulis sebutkan semuanya.

Akhir kata Penulis juga ingin memohon maaf sebesar-besarnya karena penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap bahwa setelah penelitian ini selesai, hal ini mampu memberikan manfaat kepada banyak orang, khususnya bagi para mahasiswa diseluruh Indonesia dikemudian hari.

Surabaya, 20 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL COVER	0
LEMBAR PERSETUJUAN	1
LEMBAR PENGESAHAN	2
HALAMAN BEBAS PLAGIARISASI.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR GAMBAR.....	8
ABSTRAK	9
BAB I PENDAHULUAN.....	10
1.1. Latar Belakang.....	10
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.3.1. Secara Umum	15
1.3.2. Secara Khusus	15
1.4. Kerangka Pemikiran	16
1.4.1. Landasan Teori	16
1.4.1.1. <i>Nation Branding</i>	16
1.4.1.2. Gastrodiplomasi.....	20
1.5. Sintesa Pemikiran	24
1.6. Argumen Utama.....	25
1.7. Metodologi Penelitian	26
1.7.1. Tipe Penelitian.....	26
1.7.2. Jangkauan Penelitian	26
1.7.3. Teknik Pengumpulan Data	27
1.7.4. Teknik Analisis Data	27
1.7.5. Sistematika Penulisan.....	28
BAB II KERAGAM KULINER INDONESIA ,GASTRODIPLOMASI INDONESIA, DAN HUBUNGAN HISTORIS INDONESIA DENGAN BELANDA DALAM KULINER	29
2.1. Keragaman kuliner Indonesia dan penerapan gastrodiplomasi Indonesia	29
2.1.1. Identitas Kuliner Indonesia dan ragamnya	29

2.1.2. Penerapan gastrodiplomasi Indonesia secara umum.....	42
2.2. Sejarah Panjang Indonesia dengan Belanda dalam kuliner.....	44
2.2.1. Imperialisme bangsa Eropa dan kekayaan rempah Indonesia	44
2.2.2. Masyarakat Belanda dan kuliner Nusantara	47
2.2.3. Pamor kuliner Indonesia di Belanda	49
BAB III PENYELENGGARAAN <i>TASTE OF AMSTERDAM</i> DAN	
PARTISIPASI INDONESIA.....	55
3.1. Penyelenggaraan <i>Taste of Amsterdam</i>	55
3.2. Partisipasi Indonesia di <i>Taste of Amsterdam</i>	58
3.2.1. <i>Taste of Amsterdam</i> 2014	58
3.2.2. <i>Taste of Amsterdam</i> 2015	61
3.3.3. <i>Taste of Amsterdam</i> 2016	64
3.3.4. <i>Taste of Amsterdam</i> 2017	66
3.3.5. <i>Taste of Amsterdam</i> 2018	68
3.3.6. <i>Taste of Amsterdam</i> 2019	69
3.3. Analisis	71
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
4.1. Kesimpulan	76
4.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	: Peta konsep <i>nation-brand image</i> (Keith Dinnie).....	17
Gambar 1.2.	: Peta konsep sintesa pemikiran	24
Gambar 2.1.	: Berbagai jenis sajian khas masyarakat Indonesia	30
Gambar 2.2.	: Rempah-rempah Indonesia	32
Gambar 2.3.	: Gambar Rendang	34
Gambar 2.4.	: Gambar Sate.....	37
Gambar 2.5.	: Gambar Nasi goreng	38
Gambar 2.6.	: Gambar Soto	40
Gambar 2.7.	: Gambar kopi luwak beserta hewan luwak	41
Gambar 2.8.	: Keluarga Belanda sedang melakukan <i>Rijstaffel</i>	48
Gambar 2.9.	: Cover <i>Indische Kookboek</i>	49
Gambar 2.10.	: Produk penyedap Indonesia bermerk Belanda	50
Gambar 2.11.	: Restoran Padang di Den Haag	51
Gambar 2.12.	: Restoran <i>Indische</i> tertua “Tampat Senang”.....	52
Gambar 3.1.	: Logo <i>Taste of Amsterdam</i>	56
Gambar 3.2	: Suasana penyelenggaraan <i>Taste of Amsterdam</i>	57
Gambar 3.3.	: Paviliun Indonesia di festival <i>Taste of Amsterdam 2014</i>	60
Gambar 3.4.	: Demo masak di Paviliun Indonesia <i>Taste of Amsterdam 2014</i>	61
Gambar 3.5.	: Pramusaji Indonesia di festival <i>Taste of Amsterdam 2014</i>	61
Gambar 3.6.	: Pengunjung di festival <i>Taste of Amsterdam 2015</i>	63
Gambar 3.7.	: Menlu Retno Marsudi bersama para Chef di Stand Indonesia	64
Gambar 3.8	: Pengunjung Stand Indonesia <i>Taste of Amsterdam 2016</i>	65
Gambar 3.9.	: Suasana Stand Indonesia di <i>Taste of Amsterdam 2017</i>	67
Gambar 3.10.	: Demo masak di Stand Indonesia <i>Taste of Amsterdam 2017</i>	67
Gambar 3.11.	: Suasana Stand Indonesia di <i>Taste of Amsterdam 2018</i>	68
Gambar 3.12.	: Transaksi di Stand Indonesia di <i>Taste of Amsterdam 2019</i>	70
Gambar 3.13.	: Pengunjung Stand Indonesia di <i>Taste of Amsterdam 2019</i>	70

ABSTRAK

Gastrodiplomasi merupakan bentuk diplomasi yang menggunakan makanan atau tata boga. Dengan menggunakan instrumen makanan atau tata boga, sebuah pemahaman lintas budaya dapat terbentuk. Pemahaman lintas budaya tersebut memiliki peran yang penting dalam kepentingan diplomasi dalam konteks hubungan internasional. Selain kepentingan diplomasi, gastrodiplomasi juga berperan penting untuk meningkatkan *brand awarness* bangsa. Sebab, dengan membawa makanan atau tata boga ke dalam tataran diplomasi, semakin banyak bangsa yang mengenal makanan atau tata boga negara yang melakukan gastrodiplomasi. Dengan demikian, gastrodiplomasi adalah sebuah konsep dan alat untuk memahami lintas budaya dengan tujuan untuk meningkatkan interaksi, komunikasi, dan kerja sama. Bagaimana makanan, identitas, lingkungan, dan politik bersinggungan dan berkontribusi pada konsep yang lebih besar guna melestarikan keanekaragaman hayati pangan, kearifan lokal dan spiritualisme Indonesia dan membawa produk organik berbasis masyarakat ke pasar yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai Program gastrodiplomasi Indonesia Di Belanda Melalui event atau festival yaitu *Taste Of Amsterdam* yang mana adalah merupakan sebuah festival atau event tahunan yang diselenggarakan di Belanda berupa festival kuliner yang menghadirkan para pelaku bisnis kuliner, Chef, dan sebagainya. Dalam Mewujudkan *nation branding* pada Tahun 2014 – 2019. Berdasarkan judul di atas maka fokus penelitian ini adalah bagaimana program gastrodiplomasi Indonesia Di Belanda Melalui festival *Taste Of Amsterdam* Dalam Mewujudkan *nation branding* pada Tahun 2014 – 2019.

Kata kunci: Gastrodiplomasi Indonesia, *nation branding*, festival kuliner