

**STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN  
DALAM PROGRAM *GLOBAL HANSIK CAMPAIGN* DI  
INDONESIA PADA TAHUN 2012-2017**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Program Studi Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



**Oleh:**

**Rara Shertina  
17044010033**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
SURABAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM PROGRAM *GLOBAL HANSIK CAMPAIGN* DI INDONESIA PADA TAHUN 2012-2017

Disusun Oleh:

Rara Shertina  
NPM. 17044010033

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi  
Pada tanggal 4 Juni 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING



Ario Bimo Utomo, S.IP., M.I.R  
NPT. 17119930803037

Mengetahui,  
DEKAN



Dr. Drs. H. Geni Ht Sukarno, MS, CHRA  
NIP. 19597011987031001

**LEMBAR PENGESAHAN**  
STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM PROGRAM  
*GLOBAL HANSIK CAMPAIGN* DI INDONESIA PADA TAHUN 2012-2017

Disusun Oleh:

RARA SHERTINA  
NPM. 17044010033

Telah diuji kebenaran oleh Tim Penguji dan dipublikasikan pada Jurnal Al Qodiri:  
Jurnal Pendidikan, Sosial dan Keagamaan, Sekolah Tinggi Agama Islam Al-  
Qodiri Jember (Terakreditasi Sinta 5) Vol. 19 No. 1 April 2021  
Pada 15 April 2021

Pembimbing



Ario Bimo Utomo, S.IP., M.I.R  
NPT. 17119930803037

TIM PENGUJI

1. Ketua



Resa Rasydah, M. Hub. Int  
NPT. 386101303621

2. Sekretaris




Ario Bimo Utomo, S.IP., M.I.R  
NPT. 17119930803037

3. Anggota



Megahnanda A. K., M.IP.  
NPT. 386111003011

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

  
Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA  
NPT. 1959011987031001

**LEMBAR REVISI**

**STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM PROGRAM  
*GLOBAL HANSIK CAMPAIGN* DI INDONESIA PADA TAHUN 2012-2017**

Disusun Oleh:

RARA SHERTINA  
NPM. 17044010033

Telah Direvisi dan Disahkan pada Tanggal 4 Juni 2021

Dosen Penguji 1



Resa Rasyidah, M. Hub. Int  
NPT. 386101303621

Dosen Penguji 2



Ario Bimo U., M.I.R  
NPT. 17119930803037

Dosen Penguji 3



Megahnanda A. K., M.IP  
NPT. 386111003011

**STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM  
PROGRAM *GLOBAL HANSIK CAMPAIGN* DI INDONESIA PADA  
TAHUN 2012-2017**

Bagian dan/atau keseluruhan 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, 4 Juni 2021

Penulis,



Rara Shertina

## ABSTRAK

*Global Hansik Campaign* adalah upaya gastrodiplomasi Korea Selatan dengan memanfaatkan budaya kuliner Korea sebagai instrumen diplomasinya. Mantan Presiden Korea Selatan, Lee Myung Bak menginisiasi *Global Hansik Campaign* untuk meningkatkan kesadaran budaya serta meningkatkan *nation branding* Korea Selatan. Sehingga, citra Korea Selatan dapat dibedakan dengan Jepang dan Tiongkok. Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi tujuan dari *Global Hansik Campaign*. Keberhasilan *Global Hansik Campaign* di Indonesia terlihat ketika tingkat pembukaan restoran Korea di Indonesia memasuki peringkat kelima terbesar di dunia dan tertinggi di Asia Tenggara. Dalam melaksanakan *Global Hansik Campaign*, Korea Selatan melakukan berbagai strategi gastrodiplomasi. Penelitian ini akan mengidentifikasi strategi pemerintah Korea Selatan dalam program *Global Hansik Campaign* di Indonesia pada tahun 2012-2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Data yang dikumpulkan penelitian ini adalah data skunder yang diperoleh melalui studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi Korea Selatan dalam program *Global Hansik Campaign* di Indonesia pada tahun 2012-2017. Dalam menjawab rumusan masalah, peneliti akan menggunakan konsep gastrodiplomasi yang dikemukakan oleh Paul S. Rockower dan strategi gastrodiplomasi dari Juyan Zhang. Hasil dari penelitian ini adalah, Korea Selatan menggunakan berbagai macam strategi gastrodiplomasi untuk mengkomunikasikan budaya kuliner Korea kepada seluruh masyarakat di Indonesia.

**Keywords:** *Gastrodiplomacy, Global Hansik Campaign, South Korea, Indonesia*

**HALAMAN MOTO**

**“sedit qui timuit ne non succederet.”**

He who feared he would **not** succeed sat still—

Quintus Horatius Flaccus (**Horace**)

**“Audaces fortuna iuvat”**

**Fortune** favors the **bold**—

Publius Vergilius Maro (**Virgil**)

People work better when they know what the **goal** is and **why**—

Elon Musk

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

*This writing is dedicated to myself who is capable to manage adversity and bounce back even when life has shot me down*



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan Rahmat-Nya Skripsi berjudul **“STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM PROGRAM *GLOBAL HANSIK CAMPAIGN* DI INDONESIA PADA TAHUN 2012-2017”** dapat disusun dan disidangkan sebagai prasyarat menyelesaikan jenjang pendidikan S1.

Dalam proposal ini penulis mengangkat topik terkait strategi Korea Selatan dalam menjalankan program gastrodiplomasi melalui *Global Hansik Campaign* di Indonesia pada tahun 2012-2017. Penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi akademisi dan para pembuat kebijakan negara. Penulis juga berharap pemerintah Indonesia dapat menjalankan program gastrodiplomasi secara konsisten untuk meningkatkan *nation branding*.

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

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan karunia;
2. Dra. Herlina Suksmawati, MSi. selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional;
3. Ario Bimo Utomo, S.IP., M.I.R. selaku dosen pembimbing penulis;
4. Dosen Jurusan Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
5. Mama, papa dan keluarga besar atas dukungan dan do’a yang terus mengalir;
6. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud) atas dukungannya selama perkuliahan;
7. Teman-teman dari HI’17 yang membantu serta mendukung peneliti;
8. Sahabat-sahabat penulis yang selalu membantu penulis dalam keadaan susah maupun senang;
9. Terimakasih kepada diri sendiri yang selalu disiplin, konsisten dan pantang menyerah;

10. Tak terhitung banyaknya orang yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pengetahuannya untuk membimbing, membantu, dan mendukung dalam bentuk apapun selama pembuatan penelitian ini.

Akhir kata penulis mohon maaf sebesar-besarnya karena penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi setiap orang.

Surabaya, 4 Juni 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| COVER .....   | i         |
| LEMBAR PERSETUJUAN .....  | ii        |
| LEMBAR PENGESAHAN .....   | iii       |
| LEMBAR REVISI .....   | iv        |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....  | v         |
| HALAMAN MOTTO .....   | vi        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....   | vii       |
| KATA PENGANTAR.....   | viii      |
| DAFTAR ISI .....  | x         |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xii       |
| DAFTAR BAGAN .....  | xiii      |
| DAFTAR TABEL .....  | xiv       |
| DAFTAR SINGKATAN .....  | xv        |
| ABSTRAK .....   | xvi       |
| <br>  |           |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang .....  | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....   | 7         |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 8         |
| 1.4 Kerangka Pemikiran.....   | 9         |
| 1.4.1 Landasan Teori .....  | 9         |
| 1.4.1.1 Gastrodiplomasi .....   | 9         |
| 1.4.1.1 Strategi Gastrodiplomasi .....  | 14        |
| 1.5 Sintesa Pemikiran .....   | 20        |
| 1.6 Argumen Utama .....   | 21        |
| 1.7 Metodologi Penelitian .....   | 21        |
| 1.7.1 Tipe Penelitian .....   | 21        |
| 1.7.2 Jangkauan Penelitian .....  | 22        |
| 1.7.3 Teknik Pengumpulan Data .....   | 23        |
| 1.7.4 Teknik Analisis Data .....  | 24        |
| 1.7.5 Sistematika Penulisan.....  | 25        |
| <br>  |           |
| <b>BAB II STRATEGI HUBUNGAN MEDIA, OPINI PEMIMPIN DAN<br/>PENDIDIKAN DALAM <i>GLOBAL HANSIK CAMPAIGN</i> KOREA<br/>SELATAN DI INDONESIA.....</b>                          | <b>26</b> |
| 3.5 Strategi Hubungan Media .....   | 29        |
| 3.4 Strategi Penggunaan Opini Pemimpin .....  | 37        |
| 3.6 Strategi Pendidikan .....   | 40        |
| <br>  |           |
| <b>BAB III STRATEGI PEMASARAN PRODUK, ACARA MAKANAN<br/>DAN KERJASAMA ORGANISASI LUAR NEGERI DALAM <i>GLOBAL<br/>HANSIK CAMPAIGN</i> KOREA SELATAN DI INDONESIA .....</b> | <b>43</b> |
| 3.1 Strategi Pemasaran Produk .....   | 45        |
| 3.2 Strategi Acara Makanan .....  | 56        |
| 3.3 Strategi Membangun Koalisi .....  | 67        |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b> | <b>79</b> |
| 4.1 Kesimpulan .....        | 79        |
| 4.2 Saran .....             | 81        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>82</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Peningkatan Persebaran Restoran Korea pada Tahun 2009-2017 ..... | 4  |
| Gambar 2.1 Konten Instagram bibigo.id.....                                  | 30 |
| Gambar 2.2 Drama Korea Lunch Box .....                                      | 32 |
| Gambar 2.3 Drama Taste of Love, K-Food .....                                | 33 |
| Gambar 2.4 Buku Panduan Restoran Korea Indonesia dan Malaysia .....         | 35 |
| Gambar 2.5 Eru Sebagai <i>Brand Ambassador Hansik</i> di Indonesia .....    | 37 |

## **DAFTAR BAGAN**

|  |    |
|--|----|
| Bagan 1.1 Sintesa Pemikiran.....                               | 20 |
| Bagan 2.1 Aktor-Aktor dalam Gastrodiplomasi Korea Selatan..... | 28 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Perbedaan Tiga Jenis Diplomasi Makanan .....   | 11 |
| Tabel 3.1 Daftar 51 Menu Terpopuler di Indonesia dan Malaysia .....  | 47 |
| Tabel 3.2 Daftar restoran Korea di Jakarta yang telah terverifikasi KFF .....  | 53 |
| Tabel 3.3 Daftar Festival Makanan Korea Selatan di Indonesia Selama Masa <i>Global<br/>Hansik Campaign</i> Tahun 2012-2017 ..... | 57 |

## DAFTAR SINGKATAN

aT: Agro-Fisheries & Food Trade Corp

KCC: Korea Cultural Centre

Kedubes Korea Selatan di Indonesia: Kedutaan Besar Korea Selatan di Indonesia

KFF: Korean Food Foundation

KTO: Korea Tourism Organization

MAFRA: Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

MCST: Ministry of Culture, Sports and Tourism

MFAFF: The Ministry for Food, Agriculture, Forestry and Fisheries

MOFA Republic of Korea: Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea.

MUI: Majelis Ulama Indonesia

LPPOM MUI: Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia.

BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan

B2B: *Business to Business*

B2C: *Business to Consumer*

KMF: Korea Muslim Federation