

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Korea Selatan merupakan salah satu negara di kawasan Asia Timur yang saat ini menjadi negara yang sangat dikenal oleh masyarakat global melalui penyebaran budayanya yang sangat cepat dan intens. Penyebaran kebudayaan Korea Selatan kepada dunia dimulai saat Korea Selatan melakukan urusan diplomatik dengan Tiongkok pada tahun 1992 (Korean Culture and Information Service, 2019). Korea Selatan memimpin keterlibatan budaya dengan melakukan berbagai bentuk pertukaran budaya, seperti mempromosikan produk budaya Korea Selatan, seperti sastra, seni, desain, film, musik dan sebagainya, melalui lembaga otonom yang merupakan negara atau didanai secara pribadi (Elfvig-Hwang, South Korean Cultural, 2013). Kebudayaan Korea Selatan tersebut kemudian menjadi alat diplomasi budaya Korea Selatan yang dikenal sekarang ini sebagai Korean Wave (K-Wave) atau *Hallyu*. K-Wave muncul dari persebaran musik pop korea, khususnya musik tarian dan berkembang ke ranah perfilman seperti drama Korea Selatan. Masyarakat yang menerima K-Wave membuat penggemar menjadi lebih antusias untuk mengenal budaya tradisional Korea Selatan, kuliner, literasi dan Bahasa Korea.

K-Wave yang telah meluas ke berbagai negara saat ini telah menyajikan berbagai hidangan tradisional Korea Selatan dan telah menarik berbagai pujian. Banyak restoran-restoran Korea Selatan yang mulai membuka usaha di kota-kota metropolitan terkemuka di dunia seperti New York, London, dan Paris. Makanan tradisional yang dicintai oleh masyarakat Korea Selatan selama beberapa generasi, seperti *kimchi*, *bulgogi*, *bibimbap*, mulai muncul di rumah-rumah di seluruh dunia. Setelah menempati peringkat ke empat dalam daftar masakan etnis yang sedang naik daun, yang dipilih oleh National Restaurant Association pada 2013, makanan Korea Selatan melonjak ke posisi kedua pada tahun 2014 (Korean Culture and

Information Service, 2019). Masakan Korea Selatan biasanya terbuat dari beras, sayuran dan daging. *Kimchi* adalah masakan nasional Korea Selatan dan kebanyakan masyarakat Korea Selatan memakannya dengan semua masakan lain. *Kimchi* terbuat dari berbagai macam sayuran yang difermentasi dan bisa disimpan dalam jangka waktu yang sangat lama. Makanan di Korea Selatan digunakan untuk perayaan, khususnya pada perayaan pernikahan, ulang tahun dan juga ketika mereka menghormati leluhur (Commisceo Global Consulting Ltd., 2019). Menurut penelitian terbaru, hidangan paling populer yang disajikan oleh restoran Korea Selatan adalah *Bibimbap* dan *Bulgogi* yang sangat bermakna karena keseimbangan gizi serta rasanya (Korean Culture and Information Service, 2019).

Pada tahun 2010, Korea Selatan membentuk Korean Food Foundation (KFF), yang berubah namanya pada tahun 2017 menjadi Korean Food Promotion Institute (KFPI) (Korean Food Promotion Institute, 2019). Institut ini ada di bawah Kementerian Pertanian, Pangan dan Pedesaan (MAFRA) yang bertujuan untuk berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan pengembangan ekonomi nasional dengan memperkuat daya saing berbagai industri yang berkaitan dengan makanan Korea Selatan juga industri makanannya (Korean Food Promotion Institute, 2019). Korea Selatan melalui proyek ‘Korean Cuisine to the World’ atau ‘Global Hansik’ adalah salah satu alat KFPI untuk mempromosikan keunikan masakan Korea Selatan serta meningkatkan jumlah restoran Korea Selatan di dunia dengan menggunakan *kimchi* sebagai makanan utamanya. Proyek tersebut merupakan gastrodiplomasi yang dilakukan Korea Selatan terhadap negara-negara di dunia. Tahun 2011 proyek Bus Kimchi untuk menyebarkan *kimchi* dengan melakukan perjalanan ke 32 negara, dari Amerika Serikat ke Argentina hingga ke Italia (The Kitchen Sisters, 2016). Pemerintah Korea Selatan juga mensponsori kelas kuliner di Le Cordon Bleu dan Culinary Institute of America, dan mendukung siswa Korea Selatan dengan hibah dan beasiswa untuk menghadiri sekolah kuliner internasional dan festival makanan. Pemerintah Korea Selatan juga membantu mendanai tim

‘Bibimbap Backpackers’, sebuah kelompok *backpacker* yang membagikan mangkuk daging sapi dan nasi Korea pedas kepada lebih dari 8.000 orang di 30 negara selama tur internasional 8 bulan mereka (University of Southern California, 2015). Salah satu bentuk gastrodiplomasi Korea Selatan terdapat pada ‘Kogi Taco Truck’ dimana tempat ini membuat *taco* daging sapi panggang yang dioleskan salsa roja yang berasal dari Korea Selatan (Rockower P. , Korean Tacos and Kimchi Diplomacy, 2010).

Keberhasilan Korea Selatan dalam menjalankan gastrodiplomasi di negara-negara kawasan Eropa dan Amerika juga dilakukan di negara-negara di kawasan Asia, dimana negara-negara di kawasan Asia telah mengalami fenomena K-Wave. Pada kawasan Asia yang menarik adalah adanya negara-negara yang mayoritas negaranya adalah muslim. Masyarakat muslim memiliki aturan-aturan yang harus diperhatikan ketika mengkonsumsi suatu produk makanan, yakni makanan tersebut harus berlabel halal. Halal merupakan makanan yang secara substansinya diharuskan sesuai dengan kriteria sertifikasi label halal negara tersebut. Fenomena keberhasilan gastrodiplomasi Korea Selatan di kawasan Eropa dan Amerika membuat mereka ingin melaksanakannya di kawasan Asia, dimana kawasan Asia memiliki penduduk yang cenderung banyak. Terlebih lagi K-Wave telah merebak di Asia semenjak tahun 1995 diawali di negara Cina, Taiwan, Jepang kemudian hadir di Indonesia dan banyak lagi di negara-negara kawasan Asia Tenggara.

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk yang banyak dan memiliki berbagai macam kebudayaan, merupakan salah satu negara yang dikenal dengan negara yang mayoritas penggemar kebudayaan Korea Selatan yang terbesar. Seperti musik, drama, produk kecantikan, serta kuliner. Korea Selatan telah melaksanakan berbagai festival di Indonesia dari pameran seni, bazar kuliner, serta berbagai kegiatan festival yang memberikan wadah untuk masyarakat Indonesia merasakan kebudayaan yang dimilikinya. Korea Selatan juga pernah mengeluarkan webdrama tentang makanan Korea Selatan yang berjudul ‘Lunch Box’ dan ditayangkan di

YouTube K-Food Fair 2015 Malaysia, Indonesia dan Uni Emirat Arab. K-Food *mini drama* ini membawa aktris Indonesia untuk menjadi lawan peran pemain utama yang merupakan aktor dari Korea Selatan. Dengan hadirnya aktris Indonesia di dalam drama yang digunakan Korea Selatan dalam mempromosikan makanannya menunjukkan bahwa Korea Selatan telah sadar akan adanya standar makanan halal yang harus dipenuhi karena tujuan pelaksanaan gastrodiplomasi Korea Selatan melalui K-Food Fair 2015 adalah negara-negara dengan penduduk yang mayoritas muslim. Gastrodiplomasi Korea Selatan telah dilaksanakan di Kedutaan Korea Selatan di Jakarta pada April tahun 2016. Mereka melaksanakan sebuah acara yang bernama Festival Kimchi. Duta Besar Korea untuk Indonesia, Cho Tae Yong, mengatakan bahwa alasan dari dilaksanakannya festival ini adalah untuk mempererat hubungan kedua negara melalui budaya dan ia juga mengatakan bahwa Festival Kimchi ini adalah festival yang pertama semenjak ia ditempatkan di Indonesia (Michaella, 2016). Korea Selatan juga melalui Korea Festival tahun 2018 telah melaksanakan K-Food Campus Festival dimana mereka menggunakan sarana kampus untuk melakukan pendekatannya. Korea Festival ini dilaksanakan oleh Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA) Korea Selatan (Cahya, 2018).

Penulisan skripsi ini dibuat untuk memberikan bukti dari motif pelaksanaan gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Korea Selatan. Penulis dalam tulisan ini bertujuan untuk menganalisis pilihan Korea Selatan dalam menentukan negara tujuan pelaksanaan gastrodiplomasi. Dalam topik tersebut, pembeda yang ingin disampaikan oleh penulis dengan tulisan-tulisan lain yakni dalam pelaksanaan gastrodiplomasi Korea Selatan bertujuan untuk memasuki pasar muslim di Indonesia agar dapat bersaing dengan negara-negara lain dan memasuki negara-negara dengan mayoritas penduduknya muslim.

Dari rangkaian kegiatan gastrodiplomasi yang telah dilakukan Korea Selatan di Indonesia, tampak bahwa Indonesia adalah salah satu negara yang menjadi target bagi Korea

Selatan untuk melaksanakan gastrodiplomasi dengan intensif. Berdasarkan alasan tersebut penulis tertarik untuk mengkaji mengapa Indonesia menjadi salah satu wilayah yang penting bagi Korea Selatan untuk melaksanakan diplomasi makanan Korea Selatan yang intensif.

B. Rumusan Masalah

Untuk lebih mendalami topik ini, rumusan masalah yang ingin dijawab oleh penulis yakni:

“Mengapa Korea Selatan melaksanakan gastrodiplomasi yang intensif di Indonesia?”.

C. Kerangka Berpikir

1. Konsep Gastrodiplomasi

Konsep gastrodiplomasi pada umumnya merupakan konsep yang dikenal dengan diplomasi dengan pendekatan makanan. Penggunaan makanan sendiri dipercaya adalah bagian dari strategi diplomasi budaya yang lebih luas yang memberikan keleluasaan kepada masyarakat menengah untuk menunjukkan keunikan mereka dan memperkuat pengenalan *nation branding* mereka untuk membantu menaikkan *soft power* yang dimiliki (Rockower P. S., *Recipes for Gastrodiplomacy*, 2012).

“Public diplomacy is a field based on the communication of policies, culture and values to foreign publics; gastrodiplomacy is the act of winning hearts and minds through the stomach,” (Rockower P. S., *Recipes for Gastrodiplomacy*, 2012).

“Gastrodiplomacy seeks to enhance the edible nation brand through cultural diplomacy that highlights and promotes awareness and understanding of national culinary culture with wide swathes of foreign publics,” (Rockower P. , *The State of Gastrodiplomacy*, 2014).

Gastrodiplomasi bukan hanya pemahaman untuk memenangkan hati dan pikiran dengan informasi yang rasional, tetapi cenderung melalui koneksi emosional. Pada era

globalisasi ini diplomasi publik melakukan hubungan antar negara dengan masyarakat dan juga termasuk hubungan antar masyarakat, tetapi gastrodiplomasi juga dapat melakukan hubungan komunikasi antar negara dan masyarakatnya dalam bentuk diplomasi warga negara. Makanan dipercaya digunakan untuk memfasilitasi keterlibatan hubungan antar masyarakat dan untuk meningkatkan pemahaman budaya, hal inilah yang dapat ditafsirkan sebagai gastrodiplomasi.

Gastrodiplomasi merupakan pembagian dan pertukaran makanan antar budaya pada tingkat yang lebih bawah atau bisa dikatakan dengan menggunakan makanan yang lebih merakyat “street food”. Gastrodiplomasi mencakup pertukaran budaya makanan melalui restoran etnis migran di seluruh dunia atau bisa dikatakan sebagai gerakan pariwisata makanan yang berkembang. Ketika Diplomasi Kuliner merupakan perwujudan resmi kekuatan negara melalui makanan, yang mewakili seluruh negara dengan pilihan segelintir elite negara, gastrodiplomasi hadir dengan akses yang dimudahkan dan hanya bergantung kepada orang-orang biasa di seluruh dunia. Tetapi keduanya penting untuk pertukaran budaya dunia modern kita yang mengglobal.

Konsep gastrodiplomasi sendiri mencakup *soft power* dan *nation branding*. Hal tersebut disebabkan karena gastrodiplomasi sendiri merupakan bagian dari diplomasi publik yang merupakan salah satu dari *soft power* sebuah negara dan digunakan untuk mencapai kepentingan negaranya melalui *nation branding*. Pada umumnya seperti yang diketahui bahwa diplomasi publik merupakan suatu aktivitas dalam melaksanakan hubungan komunikasi yang terjadi antar pemerintah dan masyarakat asing dengan tujuan untuk memberikan informasi dan pengaruh. Menurut Joseph Nye, publik diplomasi merupakan instrumen yang digunakan pemerintah guna menarik perhatian dengan memanfaatkan sumber daya potensial melalui penyiaran, subsidi ekspor budaya, mengatur pertukaran, dan masih banyak lagi (Jr., 2008).

Soft power merupakan senjata utama yang digunakan oleh diplomasi publik. Menurut Joseph S. Nye Jr., *soft power* adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mendapatkan hasil yang diinginkan melalui atraksi daripada paksaan atau pembayaran (Jr., 2008). Melalui *soft power* ini sebuah negara ingin membangun juga dapat mengubah pandangan sebuah negara menjadi lebih baik. Maka dari itulah bagaimana disebut sebagai *nation branding*. *Nation branding* adalah sebuah proses untuk membangun dan mempertahankan persepsi masyarakat asing kepada sebuah negara. Hal tersebut yang membuat *soft power* sangat penting bagi *nation branding* karena *soft power* membantu untuk mengubah pandangan positif kepada sebuah negara tanpa adanya unsur paksaan.

Korea Selatan adalah salah satu negara yang sedang intens menjalankan misinya untuk menyebarkan *soft power*-nya ke global melalui bidang kebudayaan. Pemerintahan Korea Selatan saat ini sedang mengalihkan fokusnya dari *hard power* kepada *soft power* untuk meningkatkan promosi kebudayaannya ke dunia global. Pada zaman sekarang, budaya dapat lebih diterima dibandingkan dengan hal yang mengandung kekuatan seperti militer. Tujuan utamanya adalah untuk menunjukkan kekuatan budaya sebuah negara itu sendiri dan mempengaruhi negara yang terdampak.

Korea Selatan telah melakukan gastrodiplomasi kepada negara-negara global salah satunya dengan mengkampanyekan Global Hansik. “*Hansik is not just food. It is the root of the country’s philosophy and traditional culture that bears our culture, spirit and a 5000-year history,*” kata Chung Woon-chin, mantan Menteri di Departemen Makanan, Agrikultur, Kehutanan, dan Perikanan Korea Selatan (MIFAFF). Bagi Korea Selatan, Hansik adalah representatif yang sempurna untuk gastrodiplomasi Korea Selatan. Hal tersebut dikarenakan Hansik adalah satu paket lengkap untuk mengkomunikasikan kebudayaan, semangat, dan warna mereka.

Penulis menggunakan konsep gastrodiplomasi untuk menjelaskan secara mendetail tentang diplomasi publik dan diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Korea Selatan, yakni diplomasi yang menggunakan makanan sebagai alat diplomasinya. Dalam pemilihan negara untuk pelaksanaan gastrodiplomasi Korea Selatan, penulis menggunakan teori *rational choice* untuk mendukung analisis penulis tentang diplomasi yang dilakukan Korea Selatan secara spesifik, yakni gastrodiplomasi. Sehingga dalam pengaplikasian konsep gastrodiplomasi dan teori *rational choice* untuk topik yang diangkat penulis saling berkaitan.

2. Teori *Rational Choice*

Teori pilihan rasional adalah salah satu pendekatan yang dipakai dalam hubungan internasional. Pemikiran mendasar tentang teori pilihan rasional ini bahwa dunia politik dapat dipahami secara jelas dengan melihat tujuan dari individu. Dimana individu tersebut cenderung bertindak secara rasional dengan mempertimbangkan risiko yang minim tetapi memaksimalkan manfaat dari kesempatan yang akan diambil dari sekian banyak pilihan yang ada. Hal tersebut biasa dipahami dengan sistem untung rugi atau *cost and benefit*.

Dalam bukunya, Charles Kegley dan Shannon Lindsey menjelaskan *rational choice* sebagai berikut:

“Rational choice decision making procedures are guided by careful situation definitions, weighing objectives, considering all alternatives, and choosing the most likely option to achieve the highest goals.” (Kegley & Blanton, 2010-2011).

Dalam jurnal *Public Administration, Finance and Law*, menurut pendapat Profesor Lucica Matei dalam “model pemahaman rasional” proses pengambilan keputusan meliputi langkah-langkah berikut:

- Menentukan tujuan. Dalam proses pengambilan keputusan, penyelenggara publik harus terlebih dahulu menentukan tujuan kebijakan publik yang akan dibuat. Tujuan ini harus diidentifikasi sehingga dapat diamati dan diukur.
- Menetapkan sarana. Setelah menetapkan tujuan kebijakan publik harus dipertimbangkan cara untuk mencapainya. Pada tahap ini cara yg akan ditempuh harus diidentifikasi sejauh mungkin, bahwa semua cara yang dapat diidentifikasi untuk diperiksa.
- Memilih alternatif terbaik. Setelah semua potensi sarana telah diidentifikasi untuk mencapai titik akhir, perlu untuk memilih di antara mereka. Sesuai dengan model saat ini, pilihan ini harus sedemikian rupa sehingga menghasilkan efisiensi, ekonomi dan efektivitas yang maksimal. Dalam situasi di mana ketiga nilai ini berada dalam harmoni yang sempurna, akan menciptakan keseimbangan yang sesuai di antara mereka (Leoveanu, 2013, hal. 44).

Para ahli menggambarkan rasionalitas sebagai rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang melibatkan langkah-langkah intelektual berikut ini:

- Pengenalan dan definisi masalah. Kebutuhan untuk memutuskan dimulai ketika pembuat kebijakan melihat masalah eksternal dan mencoba untuk mendefinisikan secara objektif karakteristik pembeda. Objektivitas membutuhkan informasi lengkap tentang tindakan, motivasi, dan kapabilitas aktor lain serta karakter lingkungan global dan tren di dalamnya. Idealnya, pencarian informasi akan menyeluruh, dan semua fakta yang relevan dengan masalah akan dikumpulkan.
- Pemilihan tujuan. Selanjutnya, mereka yang bertanggung jawab untuk membuat pilihan kebijakan luar negeri harus menentukan apa yang ingin mereka capai. Persyaratan yang sangat sederhana ini seringkali sulit. Ini membutuhkan identifikasi

dan peringkat semua nilai (seperti keamanan dan kemakmuran ekonomi) dalam hierarki dari yang paling disukai hingga yang paling tidak disukai.

- Identifikasi alternatif. Rasionalitas juga membutuhkan kompilasi dari daftar lengkap dari semua pilihan kebijakan yang tersedia dan perkiraan biaya yang terkait dengan setiap alternatif.
- Pilihan. Akhirnya, rasionalitas membutuhkan pemilihan satu alternatif dengan peluang terbaik untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk tujuan ini, pembuat kebijakan harus melakukan analisis biaya-manfaat yang dipandu oleh prediksi akurat dari kemungkinan keberhasilan setiap opsi (Blanton & Kegley, 2015, hal. 58).

Teori pilihan rasional juga dapat digunakan untuk menganalisis pemilihan Indonesia sebagai tujuan pelaksanaan gastrodiplomasi Korea Selatan. Gastrodiplomasi tidak dilakukan secara abstrak, melainkan melalui tahapan dimana sebuah negara akan menimbang apakah gastrodiplomasi akan berjalan lancar di negara yang memang dituju. Gastrodiplomasi sendiri merupakan bagian dari diplomasi publik yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan bagi negara yang dituju untuk menikmati, memahami dan mempelajari budaya yang diberikan oleh negara pelaksana gastrodiplomasi.

Korea Selatan sebagaimana kita tahu memiliki pengaruh besar kepada tatanan global dalam penyebaran budaya. Korea Selatan dianggap telah sukses dalam pelaksanaan penyebaran budaya.

Tabel 1.1

Keuntungan dan Kerugian Pilihan Pertama

Opsis	Keuntungan	Kerugian
Pemerintah Korea Selatan melaksanakan	- Korea Selatan mendapatkan kepercayaan masyarakat di	Korea Selatan akan memasuki negara yang

<p>gastrodiplomasi di Indonesia</p>	<p>salah satu negara pemeluk mayoritas agama Islam di dunia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jika Korea Selatan sukses dengan gastrodiplomasi, negara-negara lain yang mayoritas masyarakatnya memeluk Islam akan terpengaruh dan akan ikut mencari tahu tentang Korea Selatan (<i>spill over</i>). - Memperkuat jalinan kerjasama yang dimiliki antara Korea Selatan dan Indonesia. 	<p>mayoritas berpenduduk Islam yang membuat Korea Selatan harus memenuhi persyaratan untuk menjadi negara pengirim makanan yang diterima oleh lembaga Islam.</p>
-------------------------------------	---	--

Tabel 1. 2

Keuntungan dan Kerugian Pilihan Kedua

Opsi	Keuntungan	Kerugian
<p>Pemerintah Korea Selatan tidak melaksanakan gastrodiplomasi di Indonesia</p>	<p>Pemerintah Korea Selatan tidak perlu mengeluarkan banyak pendapatan negara hanya untuk memenuhi persyaratan agar dapat diterima di negara yang memiliki persyaratan untuk</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Korea Selatan tidak memiliki pengaruh yang besar bagi pemeluk agama terbesar di dunia. - Korea Selatan kehilangan kesempatan untuk

	<p>diakui bahwa makanan yang dibawa memenuhi persyaratan mendasar umat muslim.</p>	<p>bereksistensi di kalangan negara yang mayoritas masyarakatnya memeluk Islam.</p> <p>- Kerjasama yang dilakukan oleh Korea Selatan dan Indonesia akan stagnan dan tidak memiliki kemajuan dalam penyebaran budayanya.</p>
--	--	---

Dengan penjelasan teori *rational choice* dengan tahapan pembuatan kebijakan yang sebelumnya akan diketahui bahwa definisi mengenai permasalahan, pilihan tujuan, identifikasi alternatif serta pilihan akhir yang akan diambil dapat mempengaruhi pembuatan kebijakan. Pembuatan kebijakan tersebut yang akan mempengaruhi keputusan suatu negara. Maka dari itu pengambilan keputusan dalam dunia politik harus mempertimbangkan keuntungan dan kerugian yang akan didapat dari keputusan yang sudah diambil.

D. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan di atas dan dengan dukungan kerangka berpikir yang digunakan untuk membantu menganalisis skripsi ini, dapat disimpulkan untuk hipotesis berikut.

Korea Selatan menjalankan gastrodiplomasi dengan intensif terhadap Indonesia karena:

1. Indonesia merupakan representasi muslim yang terbesar di dunia;
2. Indonesia dapat membuka peluang bagi Korea Selatan untuk mengembangkan kuliner ke negara muslim lainnya.

E. Metodologi Penelitian

Berdasarkan topik penelitian, penulis menggunakan dua metode penelitian, yakni metode pengumpulan data dan metode analisis data. Dalam metode pengumpulan data penulis menggunakan teknik riset perpustakaan. Data yang dikumpulkan dan digunakan oleh penulis sebagai bahan riset menggunakan beberapa buku, jurnal, artikel di situs web yang dapat diandalkan, artikel berita, dokumen resmi negara dan data relevan lainnya yang terkait dengan topik. Dalam metode analisis data penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat eksplanatif untuk menjelaskan alasan Korea Selatan memilih Indonesia sebagai negara tujuan pelaksanaan gastrodiplomasi. Penulisan ini menggunakan negara sebagai level analisisnya.

F. Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengetahui motif Korea Selatan dalam memilih Indonesia sebagai negara untuk menjalankan gastrodiplomasi. Penulisan penelitian ini bertujuan sebagai sarana penulis untuk mempraktikkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama menempuh perkuliahan secara teoritik yang kemudian digunakan secara aplikatif dalam penulisan skripsi.

G. Sistematika Penulisan

Untuk melanjutkan penelitian, tesis sarjana dibagi menjadi beberapa bab, yaitu:

Bab I

Penulis akan memberikan pendahuluan pada bab satu mengenai topik yang diangkat, yakni pelaksanaan gastrodiplomasi Korea Selatan yang intensif terhadap Indonesia. Bab satu ini meliputi latar belakang masalah yang menimbulkan permasalahan mengapa Korea Selatan melaksanakan gastrodiplomasi yang intensif di Indonesia, lalu terdapat rumusan masalah yang diangkat oleh penulis melalui latar belakang masalah yang telah dipaparkan, kerangka berpikir yang akan digunakan penulis untuk mendukung

penulisan, terdapat hipotesis yang akan dibuktikan oleh penulis, metode penelitian penulis, tujuan penelitian dan sistematika penulisan yang akan ditulis oleh penulis.

Bab II

Penulis pada bab dua akan menjelaskan secara mendalam mengenai gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Korea Selatan. Lebih spesifiknya, penulis akan menjelaskan diplomasi yang dilakukan oleh Korea Selatan, sejarah gastrodiplomasi Korea Selatan dan pelaksanaan gastrodiplomasi Korea Selatan yang telah dilakukan di berbagai negara di dunia.

Bab III

Pada bab tiga penulis akan menjelaskan tentang pandangan Korea Selatan terhadap Indonesia dalam pelaksanaan gastrodiplomasi di Indonesia. Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai strategi diplomasi kebudayaan yang dilakukan Korea Selatan di Indonesia. Penulis juga akan menjabarkan seberapa intensif pelaksanaan program gastrodiplomasi Korea Selatan di Indonesia serta memberikan penjelasan mengenai tanggapan Indonesia dalam pelaksanaan gastrodiplomasi Korea Selatan.

Bab IV

Pada bab ini penulis akan menganalisis motif dari Korea Selatan yang melakukan gastrodiplomasi secara intensif di Indonesia. Penulis akan memaparkan bukti-bukti yang mendukung hipotesis yang telah dirancang dengan menggunakan kerangka pemikiran yang ada. Pembuktian tersebut akan didampingi oleh aktivitas yang telah dilakukan Korea Selatan.

Bab V

Pada bab lima ini penulis akan menyimpulkan mengenai topik yang dibahas yakni motif Korea Selatan melakukan gastrodiplomasi yang intensif di Indonesia. Penulis menuliskan pembahasan kesimpulan yang diambil dari data yang telah dilakukan oleh penulis dari bab pertama hingga bab terakhir.

