

ABSTRAK

HAMBATAN PELAKSANAAN GASTRODIPLOMASI INDONESIA DALAM UPAYA INDONESIA MENINGKATKAN *NATION BRANDING* DI AUSTRALIA TAHUN 2018-2022

Oleh

FITRIA SALSABILA

Indonesia merupakan negara dengan keanekaragaman kuliner khas yang kemudian dimanfaatkan sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan *nation branding*-nya, yaitu melalui gastrodiplomasi. Australia menjadi salah satu negara tujuan pelaksanaan gastrodiplomasi Indonesia tersebut. Berbagai upaya gastrodiplomasi yang telah dilakukan Indonesia di Australia menunjukkan hasil peningkatan *nation branding* yang belum optimal, khususnya pada aspek *people*, *export* dan *governance*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana hambatan yang dihadapi pemerintah Indonesia dalam pelaksanaan gastrodiplomasi sebagai upaya Indonesia meningkatkan *nation branding* di Australia tahun 2018-2022.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep gastrodiplomasi dan *nation branding*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara dan studi kepustakaan (*library research*). Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari hasil wawancara dan data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah, laporan resmi, media sosial, dan situs-situs resmi pemerintah Indonesia.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hambatan tersebut diantaranya adalah kebijakan penutupan *border* dan *national lockdown* pada masa pandemi Covid-19 oleh pemerintah Australia, hambatan non-tarif, jumlah restoran Indonesia di Australia yang masih sedikit, dan belum adanya kebijakan dan *roadmap* gastrodiplomasi yang komprehensif. Pemerintah Indonesia juga telah melakukan beberapa upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut seperti pembentukan program ISUTW, penyelenggaraan *Business Roadshow*, promosi melalui *youtube* dan kembali mengadakan resepsi diplomatik.

Kata Kunci: Hambatan, Gastrodiplomasi, *Nation Branding*, Indonesia, Australia

ABSTRACT

THE OBSTACLES OF INDONESIAN GASTRODIPLOMACY IMPLEMENTATION IN INDONESIA'S EFFORTS TO IMPROVE NATION BRANDING IN AUSTRALIA IN 2018-2022

By

FITRIA SALSABILA

Indonesia is a country with distinctive culinary diversity which then used to enhance its nation branding, namely through gastrodiplomacy. Australia is one of the destination countries for implementing Indonesian gastrodiplomacy. Various gastrodiplomacy efforts that have been carried out by Indonesia in Australia show that the results of increasing nation branding have not been optimal, especially in the aspect of people, export and governance. This study aims to describe the obstacles faced by the Indonesian government in implementing gastrodiplomacy as Indonesia's efforts to improve nation branding in Australia in 2018-2022. The concept used in this study is the concept of gastrodiplomacy and nation branding. This study uses a type of qualitative research that is descriptive by using data collection methods through interviews and library research. The data in this study uses primary data that comes from interviews and secondary data that comes from scientific journals, official reports, social media, and official websites of the Indonesian government. The results of this research show that the obstacles are the policy of closing border and national lockdown during the Covid-19 pandemic by the Australian government, non-tariff barriers, the small number of Indonesian restaurants in Australia, and the absence of a comprehensive gastrodiplomacy policy and roadmap. The Indonesian government has also made various efforts to overcome these obstacles, such as establishing the ISUTW program, holding Business Roadshows, promoting via Youtube, and holding diplomatic receptions again.

Key Word: Obstacles, Gastrodiplomacy, Nation Branding, Indonesia, Australia