

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan munculnya transisi zaman yang bertambah modern dan pesat, pengembangan isu-isu dalam studi hubungan internasional semakin beragam. Hal tersebut ditandai pasca berakhirnya Perang Dingin pada tahun 1991 yang melahirkan isu baru yang terjadi di dunia, yang awalnya hanya terfokus terhadap isu militerisasi yang sifatnya *high politics* menjadi isu-isu yang lebih lunak atau *low politics*. Begitupun dengan praktik diplomasi yang dilakukan di masa ini, bukan lagi mengandalkan aktor negara (*state actor*), namun juga bergeser pada aktor non negara (*non state actor*) yang sudah mulai ikut dalam berdiplomasi. Selain itu, terdapat beberapa macam bentuk diplomasi yang diterapkan di berbagai negara. Dengan perangkat yang tepat, suatu negara tertentu dapat mencapai tujuan diplomasinya sesuai kepentingannya. Pemilihan alat diplomasi tersebut juga harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki suatu negara. Apabila suatu negara berada di taraf negara berkembang dan memiliki sumber daya terbatas (Herningtyas 2019, 248) maka pilihan terbaik dalam menjalankan praktik diplomasi yaitu dengan memanfaatkan *soft diplomacy*.

Saat ini, banyak negara berkembang di dunia yang mengedepankan *soft diplomacy* untuk meraih kepentingannya, daripada menggunakan cara *hard diplomacy* yang telah lama dipakai negara untuk menunjukka *power* yang dimiliki suatu negara. Contoh instrumen dari *soft diplomasi* yang sering dipakai suatu negara adalah diplomasi publik dan budaya. Kedua bentuk diplomasi tersebut ternyata saling terkait dan membentuk pendekatan baru pada praktik diplomasi yaitu, penggunaan kuliner sebagai alat utama diplomasinya. Diplomasi tersebut dikenal dengan gastrodiplomasi.

Gastrodiplomasi sudah menjadi alat diplomasi unggulan bagi beberapa negara, khususnya bagi negara berkekuatan menengah (*middle power*). Gastrodiplomasi merupakan pendekatan terbaru dalam disiplin ilmu hubungan internasional yang menggunakan makanan khas yang dimiliki suatu negara sebagai

alat utama penyampaian diplomasinya pada publik secara luas. Secara singkat, gastrodiplomasi menurut Paul Rockower (2012, 235) “*the act of winning hearts and minds through stomachs.*” Artinya, suatu negara dapat merebut perhatian publik asing melalui makanan khas asal negara tersebut. Hal ini juga dapat menunjukkan pesona kuliner khas suatu negara kepada publik mancanegara dan memperkenalkan rasa baru kepada masyarakat internasional. Praktik gastrodiplomasi dapat menjadi solusi praktis bagi orang asing yang tidak memiliki peluang untuk berkunjung suatu negara, namun tetap dapat mempelajari kebudayaan lain melalui indera perasa.

Negara pertama yang menggunakan kuliner sebagai alat diplomasinya adalah Thailand. Gastrodiplomasi Thailand dibentuk pertama kali di tahun 2002 melalui program “*Thai Kitchen of The World*”. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengubah citra buruk Thailand yang dikenal sebagai wisata seks menjadi negara dengan tujuan wisata kuliner. Penerapan gastrodiplomasi Thailand melalui *Thai Kitchen of The World* tersebut menunjukkan kesuksesannya mengubah citra negara Thailand yang buruk dengan tujuan wisata seks, berubah menjadi lebih baik setelah diberlakukannya praktik gastrodiplomasi ke seluruh dunia. (Ramadhan, Rezasyah dan Dermawan 2019, 147).

Salah satu negara yang juga menerapkan gastrodiplomasi untuk memenuhi kepentingan nasionalnya adalah Korea Selatan. Sebelumnya, Korea Selatan telah dikenal dengan fenomena *Korean Wave (hallyu wave)* yang telah tersebar keseluruh dunia. Pada tahun 1990-an, penggunaan kata *Korean Wave* pertama kali dipakai oleh media Tiongkok untuk menandai perkembangan kebudayaan Korea Selatan yang amat terkenal di Tiongkok saat itu (Jang dan Paik 2012, 196). Korea Selatan dianggap sebagai negara yang membawa budayanya menjadi budaya pop transnasional dan mengkespor berbagai produk budaya ke negara-negara Asia lainnya. Bahkan telah membawa banyak penggemar dari seluruh dunia, sehingga istilah *Korean Wave* sering dipakai untuk menggambarkan kepopuleran budaya Korea Selatan yang mendunia. Produk budaya Korea Selatan yang paling populer di kenal publik mancanegara yaitu, Korean Drama (*K-Drama*) yang ditayangkan

diberbagai stasiun televisi dan Korean *pop musik (K-pop)*. Kedua bidang hiburan Korea Selatan tersebut banyak digemari oleh publik mancanegara.

Fenomena *Korean Wave* ini dimanfaatkan oleh pemerintah Korea Selatan untuk mempromosikan budaya mereka seara global. Bahkan tidak hanya pemerintah Korea Selatan saja yang memanfaatkan fenomena ini, tapi juga para pebisnis, media massa dan masyarakat Korea Selatan untuk mempopulerkan budaya mereka ke dunia (Rhodia 2016, 4). Berkat kemunculan fenomena *Korean Wave*, perekonomian Korea Selatan meningkat dan terbesar di Asia. Sedangkan, pada tingkat dunia, Korea Selatan menempati urutan ke-13. (BBC 2012). Setelah meningkatnya popularitas kebudayaan Korea Selatan di kalangan publik mancanegara, pemerintah Korea Selatan mempunyai rencana untuk memperkenalkan makanan khas miliknya melalui pembentukan program gastrodiplomasi agar makanan asal Korea Selatan dapat juga menglobal seperti musik dan dramanya.

Gastrodiplomasi Korea Selatan dibentuk pertama kali pada era Pemerintahan Presiden Roh Moo Hyun. Roh membentuk program '*Global Hansik*' dengan tujuan untuk membentuk makanan khas Korea Selatan sebagai suatu merek yang mendunia dan sekaligus menegaskan bahwa makanan khas Korea seperti kimchi dan lainnya adalah asli bagian dari kebudayaan Korea dan bukan dari kebudayaan negara lain. Selanjutnya, setelah masa pemerintahan Roh Moo Hyun berakhir, kebijakan tersebut diteruskan oleh penerusnya yaitu, Presiden Lee Myung-Bak (2009). Presiden Lee melanjutkan program tersebut dengan mengangkat tema kampanye '*Global Hansik: Korean Cuisine to the World*' yang mempunyai tujuan yang sama dengan kebijakan yang dibuat pada masa pemerintah sebelumnya yaitu, menglobalkan makanan khas Korea selatan (Naufal 2020, 2).

Selain untuk mempromosikan makanan khas Korea ke publik mancanegara, Kebijakan *Global Hansik* juga memberi ilmu tentang sejarah kuliner dan budaya makana khas Korea Selatan kepada publik asing. Melalui kebijakan ini juga diharapkan mampu menaikkan kualitas barang atau produk asal Korea Selatan yang kurang diminati oleh pasar dalam maupun luar negeri. Untuk

mensukseskan praktik gastrodiplomasi dan berfokus pada prosesnya, pemerintah Korea Selatan membuat lembaga khusus yaitu, *Korean Food Foundation* (KFF). Lalu, pada tahun 2017, pemerintah mengubah nama lembaga tersebut menjadi *Korean Food Promotion Institute* (KFPI). Tujuan dibentuknya lembaga khusus tersebut adalah sebagai sarana mempromosikan makanan khas tradisional Korea Selatan kepada publik asing. Pada jurnal penelitian dari Pham (2013, 7), terdapat pernyataan dari lembaga *Ministry of Food, Agriculture, Forestry and Fisheries* (MFAFF) yang menyebutkan bahwa mereka menghabiskan anggaran sebesar \$77 juta US demi memperlancar program *Global Hansik*.

Korea Selatan sendiri memiliki banyak macam makanan tradisional khas seperti kimchi, kimbap, bulgogi, bibimbap, jjajangmyeon dan jenis makanan lainnya.. Beberapa makanan tradisional Korea Selatan tersebut memiliki pilihan rasa yang berbeda misalnya, asin, pedas, asam, harum, dan tentunya dikenal dengan makanan sehatnya. Kimchi merupakan contoh makanan sehat asal Korea yang sudah banyak dikenali publik mancanegara sejak lama. Kimchi adalah asinan sayur yang proses pembuatannya dilakukan dengan teknik fermentasi. Jenis sayuran yang biasanya digunakan dalam pembuatan kimchi yaitu, sawi putih dan lobak. Masyarakat Korea umumnya menghadirkan Kimchi sebagai lauk pendamping makanan utama mereka (Herdian 2019, 4).

Jurnal dari Cempaka dan Rostineu (2013, 6) memuat bahwa Kimchi telah menjadi makanan kebanggaan dan simbol nasionalisme warga Korea Selatan. Hal tersebut dibuktikan pada tahun 1986 dengan dibangunnya Museum Kimchi Pulmuone yang terletak di kota Seoul. Museum tersebut menampilkan berbagai informasi mengenai berbagai jenis kimchi, sejarah kimchi, alat-alat untuk membuat kimchi dan berbagai hal lainnya yang berhubungan dengan kimchi. Dikutip dari situs *Culture Trip*, masyarakat Korea Selatan dapat mengonsumsi kimchi sebanyak 1,5 juta ton per tahun (Ashari Bobo.grid 2020).

Pada tahun 2012 pemerintah Korea Selatan berencana memasukan Kimchi sebagai salah satu warisan budaya non bendawi ke lembaga UNESCO dan mendaftarkanya secara resmi ke UNESCO pada 31 Maret 2012 (Herdian 2019, 5).

Mengutip dari *Lonely Planet*, karena kelezatan dan mempunyai banyak manfaat untuk kesehatan, UNESCO berjanji akan memasukan kimchi sebagai salah satu makanan warisan dunia takbenda (Setyanti CNN 2015).

Ketenaran fenomena *Korean Wave* juga berlangsung di Indonesia. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang menyukai dan menjadi penggemar musik *K-pop* dan *K-drama*. Kebudayaan Korea tersebut dengan cepat menyebar ke seluruh kalangan masyarakat di Indonesia dan menjadi sangat populer. Kepopuleran budaya Korea Selatan inilah yang menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki peluang besar untuk memperkenalkan makanan khas Korea Selatan ke Indonesia dan mencapai keberhasilan dari kegiatan tersebut. Beberapa upaya telah diterapkan untuk mensukseskan praktik gastrodiplomasi Korea Selatan ini. Upaya tersebut antara lain mengadakan festival kuliner di berbagai tempat di Indonesia, melakukan pertemuan dan menjalin kerja sama antar pengusaha produk makanan Korea dan Indonesia, memberi sertifikat label halal pada setiap produk impor makanan dari Korea Selatan yang masuk ke pasar Indonesia, membangun restoran Korea di Indonesia, memberikan bantuan beasiswa bagi pelajar asal Indonesia yang ingin bersekolah kuliner ke Korea Selatan. Selain itu, dalam penelitian dari Afrianti dan Putri (2017, 74) menyebut adanya upaya pemerintah Korea Selatan dalam promosikan makanan khas Korea melalui pembuatan *web-drama* yang pemainnya diperankan oleh dua orang artis yang berasal dari Korea Selatan dan Indonesia dengan judul "*Lunch Box*".

Pemerintah Korea Selatan sangat serius dalam mempromosikan kuliner khas negaranya di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan mendirikan *Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corporation* (aT) yaitu badan perwakilan khusus yang bertanggung jawab menangani setiap kegiatan promosi makanan, perdagangan, hasil pertanian Korea Selatan di Indonesia. Lembaga tersebut adalah yang dibangun pada tahun 2013 di Jakarta, Indonesia. Korea Selatan juga memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi kuliner mereka, mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki sosial media, maka lembaga aT Jakarta melakukan promosi melalui sosial media seperti Facebook dan Instagram dengan tema "*Taste of Love K-food*" (Maharani 2019, 7-8).

Berdasarkan berita yang dimuat pada halaman website Kedutaan Besar Republik Korea untuk Indonesia (2012) menyebut bahwa dalam rangka untuk mempromosikan kuliner khas asal Korea Selatan di Indonesia, pihak kedutaan Korea Selatan di Indonesia mengadakan acara yang diberi judul '*Korean Food Festival*' di Universitas Pelita Harapan, Jakarta pada tahun 2012. Pada acara yang tersebut diisi dengan kegiatan membuat makanan Korea seperti, big bimbimbab dan sujunggwa.

Hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan Indonesia sendiri sudah terhubung cukup lama. Hubungan kedua negara diawali pada tahun 1966 dengan tanda dibukanya Konsulat Republik Korea pada bulan Desember di Jakarta dan semakin dinaikan statusnya menjadi kedutaan pada tahun 1973 (Zahidi 2016, 44). Sampai saat ini hubungan bilateral kedua negara tetap terjalin baik dan mendapat tanggapan yang bagus terhadap satu sama lain. Korea Selatan memfokuskan budayanya sebagai *branding* utama negaranya di Indonesia dengan membuat sebuah perjanjian yang ditandatangani pada November 2000 dengan nama "*Agreement between the government of the Republic of Indonesia and the government of the Republic of Korea on Cultural Cooperation*" (Zahidi 2016, 44). Dengan adanya perjanjian tersebut antar kedua negara membuat Korea Selatan berharap bahwa praktik gastrodiplomasi yang diterapkan di Indonesia melalui program '*Global Hansik*' dapat dipermudah dan berjalan dengan sukses di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, Korea Selatan menjalankan gastrodiplomasi melalui program '*Global Hansik: Korean Cuisine to the World*' yang bertujuan agar dapat mempromosikan Kuliner Korea Selatan ke seluruh dunia. Indonesia merupakan satu dari beberapa negara tujuan untuk mempromosikan kuliner Korea dan dianggap menjadi negara sasaran yang bagus untuk mencapai keberhasilan dari pelaksanaan gastrodiplomasi yang telah direncanakan oleh pihak Korea Selatan. Dengan demikian, dalam penelitian ini akan berupaya mencari tahu dan menganalisis pengaruh gastrodiplomasi dalam hal tingkat keberhasilan praktiknya yang dilakukan Korea Selatan lewat program '*Global Hansik: Korean Cuisine to the World*' ke Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Korea Selatan adalah satu dari berbagai negara di Asia yang terkenal akan budaya populernya di kalangan internasional. Memanfaatkan fenomena tersebut, pemerintah Korea Selatan mencoba melakukan diplomasi baru dengan menggunakan kuliner khas milik negaranya sebagai alat utama diplomasinya. Diplomasi tersebut dikenal dengan gastrodiplomasi. Korea Selatan membuat program kebijakan gastrodiplomasi yang diberi nama '*Global Hansik: Korean Cuisine to the World*'. Program tersebut mempunyai misi untuk mempromosikan kuliner khas yang dimiliki Korea Selatan ke mancanegara dan juga sebagai bagian dari pemebentukan merek negara. Negara tujuan untuk memperkenalkan makanan Korea Selatan yaitu Indonesia. Berbagai strategi gastrodiplomasi telah dijalankan Korea Selatan di Indonesia untuk mensukseskan program tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini akan difokuskan pada bagaimana pengaruh praktik gastrodiplomasi yang dilakukan pemerintah Korea Selatan melalui "*Global Hasik Program: Korean Cuisine to the World*" di Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada skripsi ini ialah untuk mendapat jawaban atas pertanyaan topik permasalahan yang diangkat dan menganalisis pengaruh pada tingkat keberhasilan gastrodiplomasi Korea Selatan di Indonesia. pelaksanaan gastrodiplomasi yang dijalankan oleh pemerintah Korea Selatan melalui suatu kampanye yang disebut *Global Hansik: Korean Cuisine To The World*. Segala upaya telah dilakukan baik oleh perwakilan pemerintah .Korea Selatan di Indonesia maupun pihak-pihak swasta seperti diaspora Korea Selatan di Indonesia untuk mensukseskan program gastrodiplomasinya. kebijakan gastrodiplomasi Korea Selatan ini telah dimulai pada tahun 2012 sampai sekarang ke Indonesia dengan mengadakan berbagai pameran kuliner khas Korea dan kegiatan lainnya.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam peningkatan ilmu Hubungan Internasional, khususnya mengenai kajian diplomasi dan gastrodiplomasi. Manfaat lainnya yaitu, sebagai bahan rujukan pada penelitian selanjutnya.

Secara praktisi, penelitian skripsi ini diharapkan mampu memberi pengetahuan tentang pengaruh penerapan gastrodiplomasi Korea Selatan di Indonesia sebagai instrument dalam menjalankan praktik diplomasinya. Lalu, diharapkan bisa memberi informasi kepada pemerintah tentang praktik gastrodiplomasi yang diterapkan suatu negara terhadap negara lainnya. Terakhir, pada penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rekomendasi bagi para *stakeholder* terkait misalnya, pemerintah, mahasiswa, akademisi, peneliti maupun praktisi.

1.5. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah salah satu aturan objektif untuk memperoleh data/informasi dengan maksud dan kepentingan yang spesifik. Selanjutnya pendekatan ilmiah ini mengacu kepada bagaimana suatu penelitian dapat dilakukan dengan dasar empiris, rasional, dan runtut (Sugiyono 2015, 3-4). Pendekatan yang dipakai pada penelitian skripsi ini adalah metode multi strategi atau yang disebut dengan metode penelitian gabungan (*mix methods*). *mix methods* merupakan suatu kaidah penelitian yang menggabungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam suatu penelitian, hingga mendapat sumber yang lebih menyeluruh, berdasar, faktual, dan rasional (Sugiyono, 2011, 18). Pada penelitian ini juga, penulis akan mengambil teknik pencarian dari dokumen/studi pustaka sebagai metode kualitatif dan teknik survei sebagai metode kuantitatif demi mendapat sumber data yang dibutuhkan pada penelitian ini.

1.5.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis teknik penelitian campuran bertahap (*mix methods*). Menurut Creswell (2010, 313), strategi tersebut merupakan penelitian yang menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Jenis strategi ini didapat dari pencarian studi pustaka/dokumen atau wawancara pada langkah pertama agar mendapat data kualitatif yang diinginkan, setelah itu dilanjutkan dengan memakai survei untuk mendapat data kuantitatif. Creswell membagi jenis strategi penelitian campuran menjadi 3 bagian, yaitu:

- a. *sequential explanatory*. Prosedur pertama adalah menggabungkan dan mengkaji dari data kuantitatif, setelah itu dilanjutkan dengan tahap analisis dari data kualitatif. Metode utama pada strategi ini lebih difokuskan pada sumber data kuantitatif.
- b. *sequential exploratory*. merupakan pendekatan yang pada prosedur pertama menggabungkan dan mengkaji hasil data kualitatif. Selanjutnya, melakukan pencarian data kuantitatif dan analisis akhirnya nanti didasarkan pada hasil dari langkah pertama. Pada strategi ini diutamakan dari data kualitatif.
- c. *sequential transformatif*. Strategi ini, peneliti atau penulis memakai perspektif teori demi menciptakan metode-metode tertentu pada penelitiannya. Peneliti diizinkan untuk memakai satu dari dua model pada langkah awal, dan pengutamaan dapat diberi pada salah satu dari keduanya.

Berdasarkan pembagian jenis penelitian *mix methods* yang telah dijelaskan diatas, penulis memilih menggunakan jenis penelitian campuran strategi *sequential exploratory*. Penelitian diawali dengan melakukan metode kualitatif yaitu, mengumpulkan dan menganalisis dari studi pustaka atau dokumentasi. Tahap berikutnya menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei melalui kuesioner yang disebar luaskan kepada para responden. Penekanan metode dalam penelitian ini lebih kepada data kualitatif dan kemudian dilengkapi

dengan tambahan data kuantitatif untuk mendukung bahan pada prosedur pertama. Gabungan keduanya memiliki sifat menyambung antara langkah penelitian pertama dan kedua. Oleh karena itu, maka jenis penelitian yang akan penulis pakai tergambar sebagai berikut.

Gambar 1. Desain Tipe *Exploratory*



(Sumber: Creswell 2007, 76)

1.5.2. Sumber Data.

Sumber data ialah suatu yang dapat dijadikan sebagai informasi pendukung yang berbentuk data-data yang menguatkan suatu penelitian. Sumber data yang akan dipakai pada penelitian penulis ialah data primer dan sekunder.

Data primer merupakan informasi yang didapat secara langsung dari subjek yang akan digali dengan menggunakan perangkat-perangkat yang sudah ditetapkan. Data primer sangat penting bagi seorang peneliti untuk menjawab topik penelitian yang ditanyakan pada suatu penelitian. Sumber data primer yang dipakai pada penelitian ini adalah jawaban dari responden survei yang didapat dari kuesioner angket mengenai pengaruh gastrodiplomasi yang dilakukan Korea Selatan melalui program gastrodiplomasi di Indonesia.

Data sekunder merupakan data yang terambil atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder digunakan untuk mendukung data utama yang telah diperoleh yaitu, bahan pustaka, literatur, penelitian sebelumnya, buku, jurnal ilmiah, serta situs internet yang dapat menunjang penelitian yang dilakukan

1.5.3. Lokasi Penelitian

Dikarenakan adanya keterbatasan jarak dan situasi yang masih berada pada masa pandemik Covid-19, penulis telah memutuskan untuk memakai bantuan *google form*. Aplikasi dari *google* tersebut sangat membantu untuk menyebarkan angket kuesioner secara cepat, mudah dan meluas hanya melalui link yang nantinya akan dibagikan kepada responden/subjek yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

1.5.4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan suatu keadaan, benda, orang, atau daerah di mana bahan variabel pada suatu penelitian menyatu dan dijadikan suatu masalah (Arikunto 2010, 116). Maka, subjek penelitian dapat dikatakan sesuatu sangat penting karena subjek itu terdapat pada data yang berkaitan dengan variabel dijadikan penelitian. Nama lain subjek penelitian adalah responden. Responden merupakan sekelompok orang yang dijadikan sampel pada kegiatan penelitian. Tugas dari subjek penelitian ialah memberi tanggapan atau data atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti atau penulis serta memberi masukan pada peneliti demi memperbanyak data penelitian.

Subjek penelitian pada penelitian skripsi ini yaitu, para individu yang bertempat tinggal di Indonesia, khususnya orang yang sudah bekerja, mahasiswa, dan lainnya. Pemilihan subjek penelitian ini dipilih berdasarkan besarnya peluang para individu ini mengetahui dan menyukai makanan khas Korea dari kampanye gastrodiplomasi Global Hansik yang dilakukan pemerintah Korea Selatan.

1.5.5. Populasi dan *Sample*

Sugiyono (2015, 117) dalam bukunya mengatakan “populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dengan kata lain populasi bukan hanya berupa orang, tetapi juga keadaan, benda atau tempat. Populasi juga bukan hanya dilihat

berdasarkan jumlah yang ada pada objek/subjek yang diteliti, tetapi meliputi keseluruhan karakteri atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakter yang ada pada populasi tersebut. Sugiyono berpendapat jika subjek penelitian yang ditetapkan kurang dari 100 orang, maka ada sebaiknya diambil semuanya, dan jika subjek yang diambil jumlahnya banyak atau lebih dari 100 orang, dapat mengambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Sebaliknya, jika jumlah sampel yang ditetapkan kurang dari 30, maka di anggap kecil dan tidak bisa dijadikan acuan yang akurat dibandingkan sampel yang memang sudah ditetapkan dalam jumlah yang banyak. Sampel yang tidak mewakili secara keseluruhan sampel dapat diartikan bahwa hasilnya tidak bisa dipercaya keakuratannya (Nisfiannoor 2009, 5).

Populasi yang ditetapkan penulis berjumlah 100 orang. Jadi, jumlah responden akan dimabil secara keseluruhan, yaitu 100 orang (10-15%) sebagai responden dalam penyebaran kuesioner. Metode sampling yang digunakan ialah metode randome sampling.

1.5.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian skripsi penulis memakai teknik kuesioner survei dan dokumen atau studi pustaka. Kuesioner survei merupakan cara mengumpulkan data atau informasi yang dilaksanakan dengan menyebar angket pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik penyebaran kuesioner digunakan sebagai alat pengukur tanggapan/jawaban dari responden. Kuesioner biasanya bisa berbentuk pertanyaan-pertanyaan tertutup ataupun terbuka, yang dapat diberikan secara langsung maupun melalui perantara kepada responden (Sugiyono 2015, 199). Pada penelitian ini, kuesioner survei disebar dengan menggunakan bantuan *google form* lewat tautan link internet. Cara tersebut dilakukan telah menyesuaikan dengan kondisi dan situasi di lapangan.

Teknik dokumen atau studi pustaka bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan dipakai sebagai dasar atau pendoman dalam proses suatu penelitian. Menurut Martono (2011, 97) studi pustaka dalam teknik pengumpulan data merupakan salah satu jenis data sekunder

yang sering digunakan untuk membantu ketika proses penelitian dilakukan. Teknik ini biasanya didapat dari buku-buku, karya ilmiah penelitian sebelumnya, berita pada media cetak maupun elektronik, serta website yang memuat informasi yang dibutuhkan.

1.5.7. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dan kemudian menarik kesimpulannya. Variabel juga bisa diartikan sebagai simbol atau atribut dengan tingkatan berbeda. Variabel itu bisa mengandung dua atau lebih nilai contohnya, dikotonomi atau politomi. Variabel dapat berupa tanda dari suatu bidang keilmuan atau aktivitas tertentu (Sugiyono 2015, 60). Dalam penelitian ini terdapat variabel terikat (Dependen) dan variabel bebas (Independen)

- a. Variabel Dependen (Variabel Terikat): acap kali disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena variabel bebas (Sugiyono 2015, 61). Variabel terkait pada penelitian ini adalah (Y) pengaruh tingkat keberhasilan praktik program kebijakan gastrodiplomasi Korea Selatan di Indonesia, dengan indikator yaitu, Tentang Pengetahuan Makanan Khas Korea, Tentang Pengetahuan Makanan Khas Negara Asing Lain Non Korea Selatan.
- b. Variabel Independen: merupakan variabel yang biasanya disebut sebagai variabel bebas. Pada variabel bebas yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono 2015, 61). Variabel bebas pada penelitian ini ialah (X) dengan indikator Gender, Umur, Agama, Pekerjaan, pendidikan, Pendapatan, Suku Bangsa, dan Akses Media, Tingkat konsumsi Makanan Khas Korea Selatan dan Makanan Khas Negara Asing Lain Non Korea Selatan.

Selanjutnya, definisi operasional yang terdapat pada penelitian ini, antara lain:

- a. Kebijakan gastrodiplomasi Korea Selatan melalui program *Global Hansik* untuk memperkenalkan kuliner khasnya ke masyarakat di negara lain. Hal tersebut dilakukan sebagai bagian dari *soft diplomacy* dan juga untuk memenuhi kepentingan nasional yang ingin dicapai Korea Selatan di kancah internasional. Indonesia merupakan salah satu negara sasaran dari penerapan gastrodiplomasi Korea Selatan, karena dinilai mempunyai peluang yang besar bagi kesuksesan praktik gastrodiplomasi Korea Selatan. Berbagai upaya telah dilakukan Korea Selatan untuk mensukseskan program Global Hansik ini, Alat ukur variabel ini, yaitu pengaruh tingkat keberhasilan program gastrodiplomasi Korea Selatan (Y). Untuk mengevaluasi variabel ini akan digunakan instrumen berupa angket survei, dengan indikator pertanyaan yaitu, Tentang Makanan Khas Korea Selatan, Makanan Khas Negara Asing Lain Non Korea Selatan.
- b. Pada variabel bebas (X) terdapat beberapa indikator dalam survei, meliputi (X1) Umur, (X2) Gender, (X3) Agama, (X4) Suku Bangsa, (X5) Pekerjaan (X6) Pendidikan, (X7) Pendapatan, (X8) Tentang Pengetahuan Promosi Makanan Korea oleh Pemerintah Korea Selatan, (X9) Akses Konten Media dari Korea Selatan, (X10) Pengetahuan Tentang Makanan Khas Korea Selatan dari Teman atau Keluarga, (X11) Tingkat konsumsi Makanan Khas Korea, (X12) Tingkat Konsumsi Makanan Khas Negara Asing Non Korea Selatan.

1.5.8. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif merupakan kegiatan setelah pengumpulan data dari seluruh responden atau sumber data lainnya dan dinyatakan dalam bentuk angka. Pada penelitian ini analisis data kuantitatif menggunakan bantuan dari *google form* yang sudah otomatis menunjukkan hasil tanggapan survei kuesioner yang telah dijawab oleh para responden.

1.5.9. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif pada skripsi ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis data deskriptif bertugas untuk mendeskripsikan juga menginterpretasikan data-data yang menunjang dalam memperlihatkan temuan empiris. Data-data tersebut didapat melalui pengumpulan data sekunder yang dikumpulkan dari sumber literatur cetak, sumber literatur daring, pernyataan resmi, berita ataupun dokumen yang berhubungan dengan topik pada penelitian ini. Kemudian penelitian ini akan mengkombinasikan hasil analisis kualitatif tersebut dengan analisis data kuantitatif berupa hasil dari survei kuesioner yang disebarakan pada responden.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terbagi dari 4 bab. Bab I berisi penjelasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian yang digunakan serta sistematika penulisan penelitian. Pada bab II akan memuat ulasan literatur dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang akan dibahas, memuat kerangka konsep dan teori yang akan digunakan, analisis uji Pre-test Kuesioner penelitian, dan hipotesis. Selanjutnya, pada bab III akan memuat pembahasan dan hasil analisis penelitian kuesioner yang telah disebarakan kepada responden. Bab IV akan berisi Kesimpulan yang didapat dari penelitian dan mencantumkan rekomendasi