

## RENDANG SEBAGAI INSTRUMEN GASTRODIPLOMASI INDONESIA TERHADAP AUSTRALIA (2018-2019)

Oleh : Uci Dwi Jayati

[ci.dwij@gmail.com](mailto:ci.dwij@gmail.com)

**Pembimbing: Ahmad Jamaan**

[ahmadjamaan@lecturer.unri.ac.id](mailto:ahmadjamaan@lecturer.unri.ac.id)

Bibliografi: 6 Buku, 10 Jurnal, 57 Situs Web

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax: 07561-63277

### *Abstract*

*This paper aims to analyze about the Indonesian government strategic to improve Indonesia's image in Australia. In Australia, Indonesia is known as a country full of conflict, undemocratic, and supports separatism. It is caused by the dynamic bilateral relationship between Indonesia and Australia. This condition can threaten the existence of Indonesia in Australia. So, Indonesian government needs a strategy to improve Indonesia's image in the Australia. One way that the Indonesian government does is to implementation culinary diplomacy or known as gastrodiploamacy. This paper uses diplomacy theory, with a domestic level analysis to understand the gastrodiploamacy actions taken by the Indonesian government in influencing the Australian public's perception of Indonesia's image. It is a descriptive qualitative research, with data collection method in the form of library research. The data comes from books, scientific journals, research reports, and scientific articles that can be trusted. The result shows that the Government of Indonesia through the Embassy of the Republic of Indonesia (KBRI), Consulate General of the Republic of Indonesia (KJRI), and the Ministry of Tourism (Kemenpar) have implemented several strategies to increase Indonesia's positive image in Australia. First, Indonesia hold Indonesian festival in Australia. Second, Indonesian government presented rendang on diplomatic meetings. Third, Indonesian government working with restaurants owned by the Indonesian diaspora in Australia.*

**Keywords:** *Australia, gastrodiploamacy, Indonesia, rendang*

## Pendahuluan

Hubungan bilateral Indonesia dan Australia sering mengalami perubahan. Kedua negara ini sering terlibat dalam beberapa peristiwa yang menjadikan hubungan keduanya menjadi harmonis. Peristiwa tersebut meliputi penandatanganan nota kesepahaman anti-teror dalam menyikapi peristiwa bom Bali, penandatanganan kode etik penyadapan, serta kerja sama ekonomi komprehensif (IA-CEPA).

Namun, kedua negara juga sering mengalami berbagai konflik yang dapat menimbulkan ketegangan politik di antara keduanya. Diantaranya kasus pelanggaran Perjanjian Lombok yang berkaitan dengan isu separatisme di Indonesia oleh pihak Australia, penyadapan telepon seluler milik Presiden SBY oleh badan intelejen Australia, serta eksekusi hukuman mati terhadap pengedar Narkoba asal Australia oleh pemerintah Indonesia.

Hubungan dinamis yang dihadapi Indonesia dan Australia ini berdampak pada stabilitas kerja sama bilateral kedua negara serta eksistensi Indonesia di kawasan Australia. Salah satunya adalah penangguhan kerja sama pertahanan yang diumumkan oleh panglima TNI Indonesia pada 2017.

Selain itu, kondisi ini juga berdampak pada promosi Indonesia di negara tersebut. Keterlibatan Australia dalam memberikan dukungan terhadap kelompok pemberontak yang menuntut lepasnya Papua dari NKRI, menjadikan isu separatisme yang ada

di Indonesia diketahui secara luas di Australia. Isu ini kemudian berdampak eksistensi Indonesia di negara tersebut.

Untuk memperbaiki situasi ini, maka diperlukan adanya upaya mempromosikan Indonesia dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada. Upaya promosi tersebut dapat berupa diplomasi budaya dalam berbagai bentuk, seperti promosi tari dan musik tradisional, kerja sama pendidikan dalam bentuk program pertukaran pemuda dan pelajar, serta diplomasi makanan dengan memanfaatkan keberagaman kuliner Indonesia.

Makanan dapat menjadi salah satu instrumen komunikasi *non-verbal* yang efektif untuk memengaruhi persepsi masyarakat internasional terkait suatu negara sekaligus dapat mempromosikan negara tersebut secara global. Bagi banyak warga negara yang tidak bepergian ke luar negeri, pendekatan kuliner dapat menjadi daya tarik yang kuat untuk mengenal suatu bangsa.<sup>1</sup> Selain itu melalui cita rasa makanan tradisional yang dimiliki suatu negara ini pula kita dapat mengenal lebih dalam mengenai negara asal makanan tersebut.

Kekayaan kuliner Indonesia sudah tidak dapat diragukan lagi eksistensinya di mata dunia. Beberapa makanan tradisional Indonesia bahkan sudah dikenal hingga ke mancanegara, diantaranya seperti nasi goreng dan

---

<sup>1</sup>Sarah Patrecia Sinulingga. 2017. "Diplomasi Kebudayaan Indonesia Terhadap Amerika Serikat Melalui Kuliner (Gastrodiplomacy) tahun 2010-2016." *Jurnal Online Mahasiswa (FISIP)* Vol 4, No. 2 Hlm. 3

rendang. Berdasarkan CNN, rendang menduduki posisi pertama sebagai 10 Makanan Terbaik di Dunia, sedangkan nasi goreng menduduki posisi kedua, dan kemudian disusul oleh berbagai makanan yang berasal dari negara lain seperti sushi dan Ramen dari Jepang, tom yam goong; pad thai; som tam; dan massaman curry dari Thailand, dim sum dari Hongkong, serta peking duck dari China.<sup>2</sup>

Popularitas rendang di dunia internasional dapat dimanfaatkan pemerintah Indonesia untuk menciptakan peluang yang cukup besar bagi masyarakat Indonesia, baik yang berada di dalam maupun di luar negeri. Banyak masyarakat Internasional yang mulai mengenal dan menyukai rendang sebagai cita rasa yang menarik dalam dunia kuliner secara global.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori diplomasi. Menurut Sir Victor Wellesley, Diplomasi adalah upaya suatu negara untuk memberikan pengaruhnya terhadap kebijakan atau pandangan negara lain.<sup>3</sup> Upaya tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan mempromosikan kekuatan dan kelebihan yang dimiliki oleh negara

---

<sup>2</sup> Meita Eryanti. 2017. *10 Makanan Terbaik di Dunia Versi CNN*.

<https://www.idntimes.com/food/dining-guide/meita-eryanti/10-worlds-best-food-versi-cnn-travel-c1c2/full> <diakses pada 13 februari 2019, 13:11>

<sup>3</sup> Nicholas Tandi Dammen. 2005. Kewenangan Perwakilan RI di Luar Negeri. "*Indonesian Journal of International Law*". No 2 Vol 4 Hlm 711

tersebut. Tindakan promosi ini bertujuan untuk membentuk pandangan positif dunia internasional terhadap suatu negara.

Gastrodiplomasi juga merupakan salah satu cara baru yang muncul sebagai instrumen dalam diplomasi kebudayaan. Cara ini dapat dikelompokkan dalam *soft diplomacy* karena gastrodiplomasi hadir tanpa memberikan ancaman dalam proses interaksinya. Secara eksplisit dapat dikatakan bahwa gastrodiplomasi adalah usaha praktik yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya mengekspos warisan kuliner nasional yang dimiliki negaranya. Makanan merupakan objek utama dalam aktivitas gastrodiplomasi. Tapi bukan berarti setiap upaya yang dilakukan oleh setiap orang dengan menggunakan makanan dapat dikategorikan sebagai gastridiplomasi.

Gastrodiplomasi menurut Paul Rockower dianalogikan dalam frasa "*the act of winning heart and minds through stomach*". Dengan demikian dapat diartikan bahwa gastrodiplomasi merupakan bentuk diplomasi yang dilakukan dengan cara mempromosikan budaya kuliner yang dimiliki oleh suatu negara dengan tujuan untuk memengaruhi persepsi masyarakat secara luas. Melalui gastrodiplomasi, suatu negara mencoba untuk menanamkan nilai-nilai serta memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait budaya yang dimilikinya.<sup>4</sup>

Tujuan utama tindakan gastrodiplomasi adalah memberikan

---

<sup>4</sup> *Ibid* Hlm. 237

pemahaman budaya yang dimiliki oleh suatu negara kepada negara lain, serta membentuk persepsi masyarakat suatu negara sasaran terhadap negara yang melakukan tindakan gastrodipomasi. Tujuan ini akan dapat dicapai apabila kedua negara saling melakukan interaksi dan bertukar informasi berkaitan dengan budaya yang dimiliki suatu negara. Sehingga, penerapan gastrodipomasi dapat menjadi alternatif bagi suatu negara untuk dapat mempromosikan dirinya kepada negara lain. Kuliner tradisional yang dimiliki suatu negara cenderung memiliki nilai-nilai yang dapat mewakili negara tersebut.

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang bersifat kualitatif kualitatif deskriptif, yaitu tipe penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan indikator penelitian, untuk kemudian disimpulkan dengan cara dianalisis terlebih dahulu.<sup>5</sup>

## Pembahasan

Hubungan bilateral yang melibatkan Indonesia dan Australia sudah dimulai sejak fase awal kemerdekaan Indonesia, tepatnya pada tahun 1945. Pada saat itu, Australia menjadi negara yang memberikan dukungan penuh terhadap Indonesia agar dapat mengalahkan kolonialisme Belanda. Pemerintah serta serikat buruh Australia melakukan penggalangan dana serta menghalangi

kapal-kapal dagang serta politik milik kolonialisme Belanda yang masih ingin menguasai Indonesia. Dukungan ini terus berlanjut hingga Indonesia berhasil menjadi negara yang berdaulat pada 1945. Australia selanjutnya menjadi satu dari lima negara pertama yang mengakui kedaulatan Indonesia. Sejak saat itu, hubungan kedua negara terus berlanjut hingga saat ini<sup>6</sup>.

Pada awal tahun 1990an Australia terlibat dalam misi perdamaian internasional di kawasan Indonesia Timur.<sup>7</sup> Pada 2002 Indonesia dan Australia sepakat untuk melakukan penandatanganan nota kesepahaman anti-teror dalam menyikapi peristiwa Bom Bali.<sup>8</sup>

Namun kondisi ini hanya bertahan hingga beberapa tahun kemudian, tepatnya hingga tahun 2006. Pada tahun 2006 ini konflik yang melibatkan kedua negara disebabkan oleh keterlibatan Australia dalam menerima 43<sup>9</sup> suaka asal Papua, serta memberikan visa sementara kepada 42 dari 43 pencari suaka

---

<sup>5</sup> Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

---

<sup>6</sup> Yeni Wiyayanti, *Dinamika Hubungan Bilateral Australia Indonesia-Australia Tahun 1945-1995*, *Jurnal Artefak*. Hlm. 51

<sup>7</sup> Tim CNN Indonesia. 2018. *Panas Dingin Relasi Indonesia Australia*. <https://m.cnnindonesia.com/internasional/2018101852127-106-339539/panas-dingin-relasi-indonesia-australia> <diakses pada 13 November 2020, 12:21>

<sup>8</sup> *Ibid*

<sup>9</sup> Mata Politik. 2019. *Papua Barat, Isu Sensitif dalam Hubungan Indonesia-Australia*. <https://www.matamatapolitik.com/papua-isu-rentan-di-hubungan-indonesia-australia-analisis/> <diakses pada 13 November 2020, 13:11>

tersebut.<sup>10</sup> Tindakan yang dilakukan oleh Australia ini bertentangan dengan Perjanjian Lombok yang membahas mengenai pencari suaka. Dalam perjanjian ini kedua negara sepakat untuk tidak memberikan dukungan atau terlibat dalam setiap kegiatan yang berpotensi mengancam stabilitas, kedaulatan, maupun integritas teritorial antar negara, termasuk gerakan separatisme.<sup>11</sup> Dalam artikel yang sama disebutkan bahwa kejadian ini menyebabkan terjadinya penarikan duta besar Indonesia untuk Australia, Hamzah Thayeb, oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono.

Kondisi bilateral kedua negara semakin buruk tiga tahun setelahnya, tepatnya pada tahun 2009. Badan Intelijen Australia (ASIO)<sup>12</sup> melakukan penyadapan terhadap telepon seluler milik Presiden Susilo Bambang Yudhoyono selama 15 hari.<sup>13</sup> Bahkan tertera dalam informasi yang ditulis dalam harian *Brilio.net* bahwa Informasi ini kemudian dipublikasikan oleh harian *Sydney Morning Herald* (SMH) dan *The Guardian* Australia.

Selanjutnya pada tahun 2012 hubungan bilateral Indonesia dan Australia kembali diperkeruh dengan adanya isu separatisme. Pihak

Indonesia beranggapan bahwa Australia berpartisipasi dalam memberikan dukungan terhadap kelompok pemberontak dalam upaya kemerdekaan Papua. Dugaan ini bersumber dari penampakan sebuah toko di kawasan Perth yang memajang bendera OPM (Operasi Papua Merdeka).<sup>14</sup>

Tahun 2014 hubungan Indonesia dan Australia menjadi lebih baik. Pada tahun ini terjadi penyelesaian konflik penyadapan yang dilakukan oleh badan intelijen Australia. Penyelesaian ini dilakukan dengan cara penandatanganan kode perilaku penyadapan (COC) oleh Menteri Luar Negeri Australia Julie Bishop dan Menteri Luar Negeri Indonesia Marty Natalegawa yang disaksikan oleh Presiden SBY di Nusa Dua, Bali.<sup>15</sup>

Setahun kemudian tepatnya pada 2015, hubungan Indonesia dan Australia semakin memanas. Kondisi ini disebabkan oleh tindakan penarikan duta besar Australia untuk Indonesia Paul Grigson oleh pemerintah Australia.<sup>16</sup> Tindakan ini dipicu oleh adanya eksekusi hukuman mati terhadap terpidana pengedar Narkoba asal Australia, Andrew Chan dan Myuran Sukumaran, oleh pemerintah Indonesia.<sup>17</sup>

Pada 2017, Jenderal Gatot Nurmantyo, Panglima Tentara Nasional Indonesia mengumumkan adanya penanggulangan kerja sama

---

<sup>10</sup> *Brilio.net*. 2017.5 *Peristiwa yang pernah bikin hubungan Indonesia-Australia renggang*. <https://www.google.com/amp/s/m.brilio.net/amp/serius/5-peristiwa-yang-pernah-bikin-hubungan-indonesia-australia-renggang-1701061.html> <diakses pada 13 November 2020, 13:16>

<sup>11</sup> *Loc. Cit.* Mata Politik

<sup>12</sup> *Loc. Cit.* *Brilio.net*

<sup>13</sup> *Loc. Cit.* Tim CNN Indonesia

---

<sup>14</sup> *Ibid*

<sup>15</sup> *Loc. Cit.* *Brilio.net*

<sup>16</sup> *Loc. Cit.* Tim CNN Indonesia

<sup>17</sup> *Loc. Cit.* Mata Politik

pertahanan yang melibatkan kedua negara.<sup>18</sup> Dalam artikel yang sama disebutkan bahwa tindakan ini disebabkan karena adanya dugaan keberpihakan Australia terhadap kelompok pemberontak yang menuntut lepasnya Papua dari NKRI. Bentuk keberpihakan tersebut berupa penyelenggaraan pelatihan militer di Perth.

Pada tahun 2018, dalam harian mata politik yang sama juga dipaparkan bahwa kelompok aktivis sosial asal Australia *Juice Media* kembali mengangkat permasalahan gerakan pemberontakan di Papua. Kelompok ini mengunggah sebuah video dengan tema “Pariwisata di Papua”. Video ini sebenarnya menampilkan tindakan eksploitatif pemerintah Indonesia terhadap Masyarakat Papua.<sup>19</sup>

### **Upaya Indonesia Mempromosikan Rendang di Australia**

Terdapat 4 upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk memperkenalkan rendang di Australia. Keempat upaya ini dijalankan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI), Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI), Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, serta diaspora Indonesia di Australia yang mengelola restoran masakan Indonesia.

### **Program Diaspora Restaurant**

---

<sup>18</sup> *Ibid*

<sup>19</sup> *Loc. Cit.* Tim CNN Indonesia

Pasca penetapan lima makanan nasional Indonesia, Kementerian pariwisata terus berupaya untuk mempromosikan makanan tersebut ke seluruh dunia. Salah satunya di Australia. Hal ini bertujuan agar popularitas makanan nasional Indonesia dapat menyamai popularitas makanan nasional dari negara lain.

Salah satu strategi yang digunakan oleh pemerintah Indonesia dalam memperkenalkan makanan nasionalnya adalah dengan membentuk program *diaspora restaurant*. *Diaspora restaurant* merupakan tindakan kerja sama yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia dengan pemilik dan pengelola restoran Indonesia yang tersebar di seluruh dunia. Kerja sama ini dijalankan dengan melakukan *co-branding* merek *Wonderful* Indonesia terhadap restoran tersebut. Restoran yang menjadi mitra Kementerian Pariwisata ini dituntut untuk mempromosikan 5 makanan nasional Indonesia, termasuk rendang.<sup>20</sup> Selain itu, restoran mitra ini juga diminta untuk menjadi perwakilan pemerintah dalam mempromosikan Indonesia secara keseluruhan kepada pengunjung restoran di setiap negara. Dengan kata lain, restoran tersebut akan menjadi jendela pariwisata Indonesia di luar negeri.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> WICF. 2018. *Mengerek Kuliner Indonesia Lewat Diaspora Restaurant*. <https://swa.co.id/wicf/news/mengerek-kuliner-indonesia-lewat-diaspora-restaurant> < diakses pada 15 Maret 2021, 16:44>

<sup>21</sup> Kemenparekraf.go.id. 2018. *News : Maksimalkan Kuliner, Kemenpar CO-Branding 100 Restoran Diaspora*. <https://old.kemenparekraf.go.id/post/news->

Hingga saat ini, terdapat lebih dari 62 restoran Indonesia yang tersebar di seluruh wilayah Australia. Restoran ini dijalankan dan didirikan oleh diaspora Indonesia yang berada di negara tersebut. Restoran tersebut umumnya menjual berbagai macam masakan khas Indonesia.

Dalam program ini, Kementerian Pariwisata telah bekerja sama dengan 10 restoran Indonesia yang tersebar di seluruh dunia. Restoran yang akan menjadi mitra kerjasama Kementerian Pariwisata dalam program *diaspora restaurant* ini harus merupakan restoran yang sudah berdiri lebih dari tiga tahun dan memiliki letak strategis di suatu negara, sehingga akan mudah ditemukan oleh para pengunjung. Selain itu, restoran mitra ini juga diwajibkan menawarkan minimal dua dari lima makanan nasional yang telah ditetapkan oleh Kemenpar. Di sisi lain, restoran mitra ini juga dituntut untuk dapat mempromosikan kampanye *Wonderful Indonesia* serta sudah memiliki reputasi yang baik dikalangan pengunjung.<sup>22</sup>

Tiga dari sepuluh restoran yang tergabung dalam program *diaspora restaurant* tersebut merupakan restoran Indonesia yang beroperasi di Australia. Tiga restoran tersebut adalah restoran Fluffy Lamb yang terletak di kawasan Perth, restoran Sendok Garpu yang terletak di kawasan Brisbane, serta Ubud Resto

yang terletak di ibukota Australia, Sydney. Ketiga restoran inilah yang kemudian menjadi jendela wisata Indonesia bagi masyarakat Australia.

### **Rendang Sebagai Sajian Kuliner pada Pertemuan Diplomatik**

Salah satu langkah diplomasi kuliner yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia adalah dengan menjadikan rendang sebagai sajian kuliner pada kegiatan diplomatik Indonesia. Langkah ini bertujuan untuk memperkenalkan makanan nasional Indonesia kepada setiap perwakilan negara yang hadir. Langkah ini pernah diterapkan pada sebuah acara di gedung parlemen Australia pada Agustus 2018. Acara ini diselenggarakan oleh *Australia-Indonesia Parliamentary Friendship Group (AIPFG)*, dan *Australia-Indonesia Business Chapter Australia Capital Territory (AIBC-ACT)*.<sup>23</sup>

Acara yang diselenggarakan di gedung parlemen Australia ini merupakan peluang bagi pemerintah Indonesia untuk mempromosikan kulinernya kepada para tamu yang menghadiri acara tersebut. Acara ini dihadiri oleh tiga menteri Australia, yaitu Menteri Luar Negeri Julie Bishop, Menteri Pariwisata, Perdagangan dan Investasi Steven Ciobo dan Menteri Pembangunan Internasional dan Pasifik, Concetta

---

maksimalkan-kuliner-kemenpar-co-branding-100-restoran-diaspora < diakses pada 15 Maret 2021, 17:05>

<sup>22</sup> *Ibid*

---

<sup>23</sup> Indonesiamedia.com. 2019. *Diplomasi Kuliner Ala Dubes Kristiarto*. <https://indonesia.com.au/diplomasi-kuliner-ala-dubes-kristiarto/> <diakses pada 13 April 2021, 15:27>

Fieranti-Wells. Selain tiga menteri tersebut, acara ini juga dihadiri oleh mantan duta besar Australia untuk Indonesia, para politisi, para pelaku bisnis di kawasan Australia, hingga kalangan mahasiswa.<sup>24</sup>

Acara yang diselenggarakan ini mengangkat tema “*A Taste of Indoensia*”. Pada kegiatan ini, Kedutaan Besar Indonesia melalui Duta Besar Kristanto menampilkan berbagai budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Acara tersebut diselenggarakan dengan diiringi alunan musik gamelan, serta penamiplan berbagai tarian yang berasal dari Indonesia. Selain itu, Duta Besar Kristanto juga menyajikan makanan khas Indonesia berupa Rendang dan Sate Ayam serta beberapa makanan ringan berupa gorengan khas Indonesia. Pemilihan dua makanan ini karena kedua makanan tersebut merupakan dua makanan Indonesia yang mendapatkan penghargaan berada pada urutan pertama dan kedua sebagai makanan terenak di dunia atau *'World's 50 Best Food'* berdasarkan survey CNN pada tahun 2017.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Kemlu.go.id . 2018. *Diplomasi Kuliner Ala Dubes Kristiarto Di Depan Parlemen Dan Pebisnis Australia*.

<https://www.kemlu.go.id/canberra/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/DIPLOMASI-KULINER-ALA-DUBES-KRISTIARTO-DI-DEPAN-PARLEMEN-DAN-PEBISNIS-AUSTRALIA.aspx> <diakses pada 10 Maret 2019, 12:03>

<sup>25</sup> Antaranews.com. 2018. *Dubes promosikan kuliner Indonesia di Australia*. <https://www.antaranews.com/berita/739886/dubes-promosikan-kuliner-indonesia-di-australia> <diakses pada 13 April 2021, 15:42>

Diplomasi kuliner serta promosi budaya Indonesia yang ditampilkan dalam acara ini bertujuan untuk meningkatkan antusiasme masyarakat Australia untuk mengunjungi Indonesai. Hal ini dianggap penting agar dapat meningkatkan hubungan yang melibatkan masyarakat antar negara. Sehingga akan berdampak pada keberlanjutan hubungan kerja sama antar negara yang lebih baik.<sup>26</sup>

### **Pagelaran Festival Indonesia**

Pagelaran Festival Indonesia merupakan program tahunan Indonesia yang dikelola oleh KBRI Canberra. Festival ini bekerja sama dengan seluruh komunitas masyarakat Indonesia yang berada di Canberra dan sekitarnya. Pagelaran ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 2008.<sup>27</sup> Tujuan penyelenggaraannya adalah untuk memperkenalkan secara lebih dekat ragam seni, budaya, pariwisata, dan makanan khas Indonesia kepada masyarakat Australia.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> *Ibid*

<sup>27</sup> SBS Indonesian.com. 2018. *5.000 Pengunjung Hadiri Festival Indonesia di Canberra*. <https://www.sbs.com.au/yourlanguage/indonesian/id/article/2018/11/21/5000-pengunjung-hadiri-festival-indonesia-di-canberra?language=id> <diakses pada 10 Maret 2019, 14:03>

<sup>28</sup> Ditindb. 2018. *Festival Indonesia di Australia*. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/festival-indonesia-di-australia/>. < diakses pada 10 Maret 2019, 14:21>

Terdapat lima bentuk promosi kebudayaan yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam festival ini. Pertama, pihak penyelenggara melakukan pameran produk-produk kebudayaan Indonesia. Produk yang diunggulkan adalah produk tekstil, kain tapis, serta kerajinan batik. Kedua, panitia menampilkan ragam kesenian tradisional Indonesia. Kesenian tersebut berupa penampilan tarian daerah seperti tari Manuk Dadali yang berasal dari Jawa Barat, tarian khas suku Dayak Kenyah dari Kalimantan Timur, tari Tor-Tor dari Sumatera Utara, hingga tari Sajojo dari Papua. Selain tarian, alat music tradisional Indonesia juga menjadi salah satu daya tarik festival ini. Para pengunjung festival ini akan disuguhkan dengan alunan musik yang bersumber dari alat musik tradisional Indonesia seperti Arumba dan Angklung dari Jawa Barat, serta gamelan Bali. Alunan musik ini juga didampingi oleh alunan lagu daeral asal Indonesia seperti lagu Maumere dan Poco-Poco. Ketiga, dalam upaya memperkenalkan destinasi wisata lain yang ada di Indonesia, festival ini juga mengadakan promosi tempat wisata yang terdapat di beberapa kota di Indonesia. Keempat, *kids corner* dan *photobooth* agar festival ini dapat diikuti oleh berbagai umur. Kelima, penyelenggara festival ini juga menyajikan berbagai kuliner khas Indonesia untuk menarik minat pengunjung. Makanan yang disajikan dalam festival ini adalah Gudeg Jogja, Nasi Padang, Mie Aceh, Nasi Timbel serta makanan nasional Indonesia yaitu

Nasi Goreng, Sate Ayam dan Sate Kambing, serta Rendang.<sup>29</sup>

Masyarakat Australia memiliki antusiasme yang tinggi terhadap penyelenggaraan Festival Indoensia yang diadakan di ibu kota Australia, Canberra ini. Terbukti dari jumlah pengunjung yang hadir mencapai 500 orang yang berasal dari berbagai daerah di Australia, termasuk kota Sydney dan Melbourne yang terletak cukup jauh dari ibu kota Australia.<sup>30</sup> Selain menjadi ajang bagi Indonesia untuk memperkenalkan budaya dan kulinernya, festival ini juga selalu dinantikan oleh warga dan sekolah-sekolah yang ada di Australia untuk mengenal dan mempelajari Indonesia lebih dalam.<sup>31</sup>

### **Festival kuliner “*Sheraton Eats: Flavours of Indonesia*”**

Menurut Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, pada tahun 2018 jumlah wisatawan asal

---

<sup>29</sup> Antaranews.com. 2018. *Festival Indonesia 2018 di Canberra Sukses Curi Perhatian Publik Australia*.

<https://www.antaranews.com/berita/769775/festival-indonesia-2018-di-canberra-sukses-curi-perhatian-publik-australia> <diakses pada 17 April 2021, 22:12>

<sup>30</sup> Bisniswisata.co.id. 2018. *Ribuan Warga Australia Padati Festival Indonesia 2018*.

<https://bisniswisata.co.id/ribuan-warga-australia-padati-festival-indonesia-2018/> <diakses pada 17 April 2021, 22:24>

<sup>31</sup> Ardi Priyatno Utomo. 2018. *Ribuan Warga Australia Padati Festival Indonesia 2018*. <https://internasional.kompas.com/read/2018/11/19/10503091/ribuan-warga-australia-padati-festival-indonesia-2018>. <diakses pada 10 Maret 2019, 13:12>

Australia yang mengunjungi Indonesia mencapai 1,3 juta orang. Dalam kunjungannya ke Indonesia ini, 33% anggaran belanja yang dikeluarkan oleh para wisatawan tersebut adalah dibidang kuliner. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia melalui KJRI Sydney berupaya untuk melakukan promosi kuliner di kawasan Australia. Promosi ini bertujuan untuk semakin meningkatkan minat wisatawan asal Australia untuk mengunjungi Indonesia. Salah satu bentuk promosi tersebut adalah melalui festival makanan yang diselenggarakan oleh KJRI Sydney di kawasan Australia.<sup>32</sup>

Festival Sheraton Eats ini diadakan oleh Kantor Jenderal Republik Indonesia (KJRI) yang berada di Sydney bekerja sama dengan beberapa pihak. Festival ini dilakukan sebanyak dua kali di bulan Agustus 2019 di dua tempat yang berbeda. Festival ini juga merupakan bagian dari rangkaian peringatan kemerdekaan Indonesia yang ke 74, serta peringatan 70 tahun terjalinnya hubungan bilateral Indonesia Australia.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Kemlu.go.id. 2019. *Wisata Kuliner Indonesia Dipromosikan Di Kota Gold Coast, Australia*. <https://kemu.go.id/sydney/id/news/1888/wisata-kuliner-indonesia-dipromosikan-di-kota-gold-coast-australia#!> <diakses pada 14 April 2021, 00:18>

<sup>33</sup> Kemlu.go.id. 2019. *Melalui Festival Kuliner, KJRI Sydney Dorong Peningkatan Wisman Australia*. <https://kemu.go.id/sydney/id/news/1795/melalui-festival-kuliner-kjri-sydney-dorong-peningkatan-wisman-australia> <diakses pada 13 April 2021, 21:06>

Festival *Sheraton Eats: Flavours of Indonesia* pertama diadakan pada 15 hingga 24 Agustus 2019 di Feast Restaurant, Sheraton Grand Sydney Hyde Park, Sydney, Australia. Acara ini diselenggarakan oleh KJRI Sydney bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Sheraton Grand Sydney Hyde Park, dan Asosiasi Restoran Indonesia di Sydney. Dalam pelaksanaannya, festival ini dihadiri oleh 60 orang perwakilan dari pemerintah New South Wales Australia, pelaku usaha di bidang maskapai penerbangan dan industri pariwisata, media, *food bloggers* serta diaspora Indonesia yang menjalankan bisnis kuliner di kawasan Sydney.<sup>34</sup>

Akhir Agustus 2019 tepatnya pada 29 Agustus- 1 September, festival *Sheraton Eats: Flavours of Indonesia* yang kedua diadakan di kota Gold Coast, Australia. Penyelenggara acara ini adalah KJRI Sydney bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia dan Sheraton Grand Mirage Resort Gold Coast. Festival kedua ini dihadiri oleh 50 orang pelaku usaha di kawasan kota Gold Coast, Queensland, Australia. Para pelaku usaha ini meliputi David Widjaja selaku *Vice Chairman Australia Indonesia Business Council Queensland*, Gary Croker selaku *Senior Vice President Business Development Wyndham Vacation Resorts Asia Pacific*, pelaku usaha

---

<sup>34</sup> *Ibid*

dibidang industri pariwisata, *food bloggers*, serta diaspora Indonesia.<sup>35</sup>

Festival ini diselenggarakan dengan menampilkan ragam budaya dan kuliner khas Indonesia. Selama penyelenggaraan festival ini, para tamu disuguhkan dengan alunan alat musik tradisional Indonesia seperti gamelan dan rindik. Selain itu, festival ini juga menampilkan tarian tradisional Indonesia seperti tarian cendrawasih yang merupakan tarian yang berasal Provinsi Bali.<sup>36</sup> Para undangan dijamu dengan 13 masakan khas Indonesia yang diolah oleh *chef* yang diundang langsung dari restoran Indonesia yang beroperasi di Nusa Dua, Bali. Makanan yang disajikan adalah makanan khas Indonesia seperti Ayam Betutu, Karedok, Bakso, serta makanan nasional Indonesia yaitu Gado-gado, Nasi Goreng, dan Rendang.<sup>37</sup>

### **Pengaruhnya terhadap Citra Positif Indonesia**

Publik Australia memandang Indonesia sebagai negara yang penuh kisruh karena sering terlibat dengan

---

<sup>35</sup> TimesIndonesia.co.id. 2019. *Dorong Potensi Wisata, Kuliner Indonesia Dipromosikan di Gold Coast Australia*.

<https://www.timesindonesia.co.id/read/news/227551/dorong-potensi-wisata-kuliner-indonesia-dipromosikan-di-gold-coast-australia> <diakses pada 14 April 2021, 01:30>

<sup>36</sup> *Ibid*

<sup>37</sup> Indonesiamedia Australia. 2019. *Menikmati Keindahan Indonesia Melalui Kuliner*.

<https://indonesia.com.au/menikmati-keindahan-indonesia-melalui-kuliner/> <diakses pada 14 April 2021, 13:27>

berbagai konflik dengan negaranya. Selain itu, Indonesia juga dipandang sebagai negara yang tidak demokratis, serta mendukung tindakan diskriminatif. Situasi ini disebabkan oleh adanya isu separatisme di kawasan Papua yang turut melibatkan pemerintah Australia. Australia memandang bahwa perlawanan masyarakat Papua disebabkan oleh adanya tindakan diskriminatif yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia. Selain itu, Tindakan pemerintah Indonesia yang tidak menyetujui tuntutan kemerdekaan yang diinginkan oleh kelompok separatisme Papua, adalah faktor yang memengaruhi pola pikir masyarakat Australia tentang betapa tidak demokratisnya Indonesia yang tidak memberikan kebebasan yang diinginkan warganya.

Pola pikir masyarakat Australia yang demikianlah yang menciptakan citra negatif Indonesia di negara tersebut. Citra negatif ini menjadi salah satu faktor yang dapat mengancam eksistensi Indonesia di Australia. Sehingga, diperlukan adanya upaya dari Pemerintah Indonesia untuk dapat memperbaiki citra yang negatif ini agar menjadi lebih baik.

Pemerintah Indonesia memilih tindakan gastrodipomasi sebagai salah satu cara untuk membangun citra positif Indonesia di Australia. Ada beberapa alasan mengapa gastrodipomasi tepat untuk diterapkan di situasi ini. Pertama, gastrodipomasi adalah bentuk *soft diplomacy* yang dapat dijalankan kapan saja dengan resiko penerapan yang sangat kecil. Kedua, Melalui gastrodipomasi

Pemerintah Indonesia dapat merekonstruksi cara pandang masyarakat Australia terhadap Indonesia. Hal ini dapat dicapai karena melalui gastrodiplomasi, pemerintah Indonesia dapat menyebarluaskan informasi terkait nilai-nilai dalam kuliner Indonesia kepada masyarakat Australia secara luas.

Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI), Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI), dan Kementerian Pariwisata (Kemenpar), adalah tiga aktor utama yang berperan dalam strategi gastrodiplomasi Indonesia di Australia. Tindakan gastrodiplomasi ketiga aktor ini dimulai dengan penetapan 5 makanan Indonesia sebagai makanan nasional. Rendang adalah salah satu dari lima makanan tersebut. Popularitas rendang yang mendunia dapat meningkatkan rasa penasaran masyarakat terhadap cita rasanya ketika makanan tersebut dijadikan sebagai alat diplomasi.

Rendang ini kemudian digunakan oleh Pemerintah Indonesia untuk merekonstruksi pandangan publik Australia terhadap Indonesia. Kuliner tersebut dipromosikan dalam berbagai rangkaian festival, pertemuan diplomatik, maupun kehidupan sehari-hari masyarakat Australia. Melalui tindakan gastrodiplomasi ini, nilai yang ingin disampaikan Pemerintah Indonesia adalah bahwa Indonesia bukan hanya sebatas negara penuh kisruh. Melainkan, Indonesia memiliki keberagaman kuliner khas yang memiliki eksistensi yang bahkan sudah diakui secara global. Melalui strategi gastrodiplomasi ini, Pemerintah berupaya untuk menginformasikan,

serta mensosialisasikan nilai tersebut kepada publik Australia.

Tindakan gastrodiplomasi yang sudah dijalankan oleh Pemerintah Indonesia terbukti mampu menarik minat masyarakat Australia untuk mengenal Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung festival Indonesia pada tahun 2018 yang mencapai hingga 5000 pengunjung. Semakin tinggi antusiasme masyarakat Australia terhadap Indonesia, maka akan semakin luas informasi positif tentang Indonesia akan tersebar.

## **Kesimpulan**

Berkaitan dengan perubahan situasi dunia, aktor internasional, serta perkembangan teknologi informasi memaksa negara-negara di seluruh dunia termasuk Indonesia untuk lebih meningkatkan kreatifitasnya dalam meningkatkan serta mempertahankan pengaruhnya terhadap negara lain. Cara diplomasi tradisional lama yang kuno dianggap kurang efektif dan relevan dengan permasalahan dunia pada saat ini. sehingga muncullah sebuah langkah terbaru dan gagasan efektif yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan cita rasa makanan nasional yang dimiliki oleh suatu negara dalam upaya menanamkan pengaruhnya terhadap negara lain atau yang lebih dikenal dengan istilah gastrodiplomasi.

Makanan nasional yang dimiliki suatu negara biasanya memiliki karakteristik serta mengandung nilai budaya yang mencerminkan negara tersebut. Dengan kata lain, sajian makanan

nasional dapat menjadi perwakilan nilai suatu negara dalam suatu kawasan. Sehingga dengan mempromosikan makanan nasional kepada negara lain dapat sekaligus memperkenalkan negara tersebut.

Dalam upaya mempromosikan Indonesia di kawasan Australia, gastrodiplomasi adalah salah cara yang dipilih oleh Pemerintah Indonesia. Gastrodiplomasi tersebut kemudian dijalankan dengan beberapa strategi. Yang bertujuan untuk merekonstruksi Pandangan masyarakat Australia bahwa Indonesia adalah negara yang seing terlibat dalam beberapa konflik, menjadi negara yang memiliki keberagaman kuliner yang patut diapresiasi.

#### Daftar Pustaka

- Dammen, Nicholas Tandi. 2005. Kewenangan Perwakilan RI di Luar Negeri. *Indonesian Journal of International Law*. No 2 Vol 4 Hlm 710-726
- Sinulingga, Sarah Patrecia. 2017. Diplomasi Kebudayaan Indonesia Terhadap Amerika Serikat Melalui Kuliner (Gastrodiplomacy) tahun 2010-2016. *Jurnal Online Mahasiswa (FISIP)* Vol. 4, No. 2, Hlm. 1-14
- Wiyayanti Yeni, Dinamika Hubungan Bilateral Australia Indonesia-Australia Tahun 1945-1995, *Jurnal Artefak*. Hlm. 51-58
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Antaraneews.com. 2018. *Dubes promosikan kuliner Indonesia di Australia*. <https://www.antaraneews.com/berita/739886/dubes-promosikan-kuliner-indonesia-di-australia> <diakses pada 13 April 2021, 15:42>
- Antaraneews.com. 2018. *Festival Indonesia 2018 di Canberra Sukses Curi Perhatian Publik Australia*. <https://www.antaraneews.com/berita/769775/festival-indonesia-2018-di-canberra-sukses-curi-perhatian-publik-australia> <diakses pada 17 April 2021, 22:12>
- Bisniswisata.co.id. 2018. *Ribuan Warga Australia Padati Festival Indonesia 2018*. <https://bisniswisata.co.id/ribuan-warga-australia-padati-festival-indonesia-2018/> <diakses pada 17 April 2021, 22:24>
- Brilio.net. 2017.5 *Peristiwa yang pernah bikin hubungan Indonesia-Australia renggang*. <https://www.google.com/amp/s/m.brilio.net/amp/serius/5-peristiwa-yang-pernah-bikin-hubungan-indonesia-australia-renggang-1701061.html> <diakses pada 13 November 2020, 13:16>

- Ditindb. 2018. *Festival Indonesia di Australia*  
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/festival-indonesia-di-australia/>  
 <diakses pada 10 Maret 2019, 14:21>
- Eryanti, Meita. 2017. *10 Makanan Terbaik di Dunia Versi CNN*.  
<https://www.idntimes.com/food/dining-guide/meita-eryanti/10-worlds-best-food-versi-cnn-travel-c1c2/full> <diakses pada 13 februari 2019, 13:11>
- Indonesiamedia Australia. 2019. *Menikmati Keindahan Indonesia Melalui Kuliner*.  
<https://indonesia.com.au/menikmati-keindahan-indonesia-melalui-kuliner/> <diakses pada 14 April 2021, 13:27>
- Indonesiamedia.com. 2019. *Diplomasi Kuliner Ala Dubes Kristiarto*.  
<https://indonesia.com.au/diplomasi-kuliner-ala-dubes-kristiarto/> <diakses pada 13 April 2021, 15:27>
- Kemenparekraf.go.id. 2018. *News : Maksimalkan Kuliner, Kemenpar CO-Branding 100 Restoran Diaspora*.  
<https://old.kemenparekraf.go.id/post/news-maksimalkan-kuliner-kemenpar-co-branding-100-restoran-diaspora> <diakses pada 15 Maret 2021, 17:05>
- Kemlu.go.id . 2018. *Diplomasi Kuliner Ala Dubes Kristiarto Di Depan Parlemen Dan Pebisnis Australia*.  
<https://www.kemlu.go.id/canberra/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/DIPLOMASI-KULINER-ALA-DUBES-KRISTIARTO-DI-DEPAN-PARLEMEN-DAN-PEBISNIS-AUSTRALIA.aspx>  
 <diakses pada 10 Maret 2019, 12:03>
- Kemlu.go.id. 2019. *Melalui Festival Kuliner, KJRI Sydney Dorong Peningkatan Wisman Australia*.  
<https://kemlu.go.id/sydney/id/news/1795/melalui-festival-kuliner-kjri-sydney-dorong-peningkatan-wisman-australia>  
 <diakses pada 13 April 2021, 21:06>
- Kemlu.go.id. 2019. *Wisata Kuliner Indonesia Dipromosikan Di Kota Gold Coast, Australia*.  
<https://kemlu.go.id/sydney/id/news/1888/wisata-kuliner-indonesia-dipromosikan-di-kota-gold-coast-australia#!>  
 <diakses pada 14 April 2021, 00:18>
- Mata Politik. 2019. *Papua Barat, Isu Sensitif dalam Hubungan Indonesia-Australia*.  
<https://www.matamatapolitik.com/papua-isu-rentan-di-hubungan-indonesia-australia-analisis/> <diakses pada 13 November 2020, 13:11>

- SBS Indonesian.com. 2018. *5.000 Pengunjung Hadiri Festival Indonesia di Canberra*.  
<https://www.sbs.com.au/yourlanguage/indonesian/id/article/2018/11/21/5000-pengunjung-hadiri-festival-indonesia-di-canberra?language=id> <diakses pada 10 Maret 2019, 14:03>
- Tim CNN Indonesia. 2018. *Panas Dingin Relasi Indonesia Australia*.  
<https://m.cnnindonesia.com/internasional/2018101852127-106-339539/panas-dingin-relasi-indonesia-australia> <diakses pada 13 November 2020, 12:21>
- TimesIndonesia.co.id. 2019. *Dorong Potensi Wisata, Kuliner Indonesia Dipromosikan di Gold Coast Australia*.  
<https://www.timesindonesia.co.id/read/news/227551/dorong-potensi-wisata-kuliner-indonesia-dipromosikan-di-gold-coast-australia> <diakses pada 14 April 2021, 01:30>
- Utomo Ardi Priyatno. 2018. *Ribuan Warga Australia Padati Festival Indonesia 2018*.  
<https://internasional.kompas.com/read/2018/11/19/10503091/ribuan-warga-australia-padati-festival-indonesia-2018>. <diakses pada 10 Maret 2019, 13:12>
- WICF. 2018. *Mengerek Kuliner Indonesia Lewat Diaspora Restaurant*.  
<https://swa.co.id/wicf/news/mengerek-kuliner-indonesia-lewat-diaspora-restaurant> <diakses pada 15 Maret 2021, 16:44>