

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Diplomasi adalah salah satu studi dalam hubungan internasional, Harold Nicholson mendefinisikan diplomasi sebagai "satu orang menang dengan mempengaruhi orang lain layanan yang diinginkan termasuk proses negosiasi yang baik" (Nicolson, 1961). Roy Orton Jack Plano juga mengatakan bahwa "diplomasi merupakan praktik pelaksanaan hubungan antarnegara melalui perwakilan resmi" (Plano, 1999). Diplomasi memegang peranan penting dalam kegiatan kenegaraan, yang meliputi aspek politik, ekonomi, dan sosial budaya. Setiap negara berusaha untuk memperkuat hubungannya dengan negara lain dalam mengatasi masalah dan konflik, salah satunya dengan mempengaruhi opini publik untuk memproyeksikan citra positif suatu negara. Diplomasi publik yang muncul pada abad ke-19 berdampak pada proses pengambilan keputusan para aktor pemerintahan. Dampak globalisasi telah memperkenalkan bentuk diplomasi baru, atau diplomasi multi-jalur, yang dilakukan oleh aktor pemerintah dan non-pemerintah (Djelantik, 2008).

Seiring berjalannya waktu, diplomasi tidak hanya mengenai pendekatan politik maupun ekonomi, tetapi juga meluas ke ranah budaya. Diplomasi budaya termasuk dalam kategori *soft diplomacy* yang mengedepankan nilai-nilai budaya untuk menciptakan citra dan kesan positif dalam mempengaruhi suatu negara. Diplomasi budaya dapat dilakukan melalui interaksi antar antarnegara (*Government-to-government/G to G*), seperti kerja sama dalam bentuk festival internasional maupun pertukaran budaya, atau bahkan secara individu (*person-to-person*) dalam bentuk kolaborasi antarindividu. Pengertian lain diplomasi budaya adalah penggunaan aspek-aspek budaya untuk mengadvokasi kepentingan nasional di kancah internasional. Diplomasi budaya dipandang sebagai alat untuk menunjukkan tingkat peradaban suatu negara, salah satu negaranya yaitu Jepang. Keberhasilan diplomasi budaya bergantung pada kemampuan suatu negara dalam

mempromosikan nilai-nilai budaya lokal menjadi sesuatu yang dapat diterima oleh masyarakat internasional.

Jepang telah memanfaatkan diplomasi budaya melalui berbagai hal seperti anime, manga, kuliner, seni tradisional, dan bahkan pakaian tradisional. Salah satu contoh yang paling jelas adalah anime dan manga, yang telah menjadi bagian integral dari budaya populer di seluruh dunia. Serial anime seperti “*Dragon Ball*”, “*Naruto*”, dan “*One Piece*” telah menjadi sangat populer di kalangan anak-anak dan orang dewasa, sementara manga seperti “*Attack on Titan*” dan “*Fullmetal Alchemist*” telah menjadi buku terlaris di toko-toko buku di seluruh dunia. Selain anime dan manga, budaya Jepang juga telah mempengaruhi industri fashion dan makanan. Pakaian tradisional Jepang seperti kimono dan hakama telah menginspirasi para perancang busana di seluruh dunia, sementara makanan Jepang seperti sushi, ramen, dan tempura telah menjadi sangat populer di restoran-restoran di seluruh dunia. Bahkan, banyak restoran Jepang yang membuka cabang di luar Jepang, sehingga orang-orang dapat menikmati masakan Jepang yang otentik di luar negeri.

Restoran Jepang Kikugawa adalah restoran sushi Jepang yang telah menjadi tempat yang tepat untuk menikmati hidangan Jepang yang tenang dan tanpa basa-basi seperti sushi, sashimi, dan tempura sejak dibuka lebih dari 50 tahun yang lalu. Ketenangan Kikugawa tidak terlepas dari kekacauan Perang Dunia Kedua yang membawa pendirinya, Terutake Kikuchi, ke Indonesia. Kikuchi datang ke Indonesia pada tahun 1942 sebagai seorang tentara Jepang, setelah Jepang menginvasi dan menduduki Hindia Belanda pada tahun 1942. Ia bertemu dengan calon istrinya, Amelia Paat, di Bandung saat bertugas di Indonesia. Pada tahun-tahun antara berakhirnya perang pada tahun 1945 hingga pasangan ini mendirikan Kikugawa pada tahun 1969, mereka kembali ke Jepang. Kikuchi membuka restoran Indonesia bernama Bengawan Solo pada tahun 1957, sementara Amelia bekerja sebagai staf lokal di kedutaan besar Indonesia di Tokyo. Kikuchi menamai restorannya dengan nama sungai terpanjang di Jawa dan juga lagu dari penyanyi Indonesia, Gesang, dengan tujuan untuk “membawa cita rasa Indonesia dan budayanya ke Jepang”. Di sisi lain, Kikugawa terdiri dari dua

karakter yang berarti “krisan” (kiku) dan “sungai” (kawa), kiku diambil dari nama keluarga pendirinya, sedangkan kawa adalah nama sungai yang sama dengan nama restoran Indonesia milik Kikuchi. Meskipun Bengawan Solo tutup pada tahun 2002, Kikugawa tetap bertahan, bahkan setelah Kikuchi wafat pada tahun 2011 di usia 93 tahun. Amelia mengambil alih kepemimpinan hingga kematiannya pada tahun 2017, juga pada usia 93 tahun.

Budaya Jepang telah memberikan dampak yang signifikan tidak hanya pada industri hiburan, tetapi juga pada perkembangan teknologi global. Di dunia hiburan, video game buatan Jepang seperti Final Fantasy dan Resident Evil telah menjadi ikonik dan meraih popularitas luas di kalangan gamer di seluruh dunia. Game-game ini tidak hanya dikenal karena grafis yang memukau dan cerita yang mendalam, tetapi juga karena inovasi gameplay yang mereka tawarkan. Selain itu, teknologi Jepang, seperti robotika dan produk elektronik, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat global. Perusahaan-perusahaan Jepang seperti Sony, Toshiba, dan Panasonic telah memimpin industri teknologi dengan produk-produk inovatif seperti televisi, kamera, dan perangkat audio yang berkualitas tinggi. Robot buatan Jepang, seperti ASIMO dari Honda, juga telah menjadi simbol kemajuan teknologi dan kecerdasan buatan, yang menginspirasi perkembangan teknologi di berbagai belahan dunia.

Tidak hanya di bidang teknologi, budaya Jepang juga memiliki pengaruh besar dalam dunia musik dan film. Genre musik seperti J-pop (Japanese pop) dan J-rock (Japanese rock) telah meraih penggemar setia di berbagai negara, termasuk Indonesia. Artis-artis seperti Utada Hikaru, Arashi, dan One OK Rock telah menembus pasar internasional dan menjadi inspirasi bagi musisi lokal. Di dunia film, karya-karya Studio Ghibli seperti Spirited Away dan Princess Mononoke telah memenangkan berbagai penghargaan internasional dan diakui sebagai mahakarya animasi yang memadukan cerita yang mendalam dengan visual yang memukau. Film-film ini tidak hanya menghibur, tetapi juga menyampaikan pesan-pesan universal tentang lingkungan, kemanusiaan, dan spiritualitas, yang membuatnya relevan bagi penonton dari berbagai latar belakang budaya.

Pengaruh budaya Jepang juga terlihat dalam dunia arsitektur, di mana elemen-elemen desain tradisional Jepang seperti minimalisme, penggunaan material alami, dan harmoni dengan alam telah diadopsi oleh arsitek di seluruh dunia. Contohnya, konsep wabi-sabi yang menekankan keindahan dalam kesederhanaan dan ketidaksempurnaan, telah menginspirasi desain interior dan eksterior modern. Bangunan-bangunan ikonik seperti Bandara Internasional Kansai di Osaka dan Museum Seni Kontemporer di Naoshima menjadi bukti nyata bagaimana arsitektur Jepang menggabungkan tradisi dan inovasi. Di Indonesia, pengaruh ini dapat dilihat dalam desain beberapa restoran, kafe, dan hunian yang mengadopsi gaya Jepang, seperti penggunaan kayu, taman mini (zen garden), dan tata ruang yang efisien. Selain itu, masyarakat Indonesia mempunyai minat besar terhadap budaya Jepang, yang tercermin dari anutiasme masyarakat Indonesia ketika menghadiri berbagai acara bertema Jepang yang diadakan setidaknya setiap tahun.



Sumber: Ministry of Foreign Affairs of Japan

Gambar 1.1 Kumpulan Opini tentang ketertarikan Masyarakat Indonesia terhadap Budaya Jepang

Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengunjung pada acara-acara yang mengusung tema Jepang setiap tahunnya, salah satu acara yang paling populer adalah *Ennichisai* atau *Little Tokyo*, sebuah festival seni dan kuliner yang

diselenggarakan di kawasan Blok M, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Pada tahun 2019 acara ini digelar pada tanggal 22 - 23 Juni dan berhasil menarik sebanyak 380.000 pengunjung dalam waktu dua hari. Angka ini menunjukkan betapa tinggi antusiasme masyarakat Indonesia, khususnya bagi mereka yang tertarik pada budaya Jepang. Festival *Ennichisai* ini tidak hanya menjadi hiburan bagi masyarakat Indonesia, tetapi juga dimanfaatkan oleh Jepang sebagai wadah untuk memperkenalkan serta mempromosikan keragaman budaya dari Jepang. Hal ini tidak sebanding dengan ukuran dan cakupan kuliner Jepang di Indonesia. *Ennichisai*, atau yang dikenal sebagai *Little Tokyo*, adalah festival seni dan kuliner Jepang yang diadakan setiap tahun di kawasan Blok M, Kebayoran Baru, Jakarta.



Gambar 1.2 Enchinsai Little Tokyo 2019

Festival Little Tokyo ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 2010 oleh komunitas Jepang di Indonesia sebagai ungkapan terima kasih kepada masyarakat Indonesia. Acara ini didukung oleh berbagai lembaga seperti Kedutaan Besar Jepang dan *Japan Foundation*, dan telah menjadi salah satu festival kebudayaan terbesar di Indonesia, menarik ribuan pengunjung setiap tahunnya. *Ennichisai* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan sejak pertama kali diadakan pada tahun 2010 dengan tema "*Twin City Jakarta - Tokyo*", menarik 40.000 pengunjung. Kemudian pada tahun 2011 bertemakan "*Pray for Japan*" dengan 80.000 pengunjung. Tahun 2018 Menjadi bagian dari perayaan 60 tahun hubungan Indonesia-Jepang, dengan 350.000 pengunjung. Pada tahun 2020/2021 festival dibatalkan karena fokus Jepang pada Olimpiade Tokyo 2020 dan pandemi COVID-19.

Kawasan Blok M dikenal sebagai *Little Tokyo*, pusat budaya Jepang di Jakarta. Di sini, pengunjung dapat menemukan berbagai restoran, kafe, toko, dan acara yang merayakan budaya Jepang. *Little Tokyo* berfungsi sebagai tempat berkumpul bagi para penggemar budaya Jepang dan menjadi lokasi penting untuk kegiatan *Ennichisai*. Dengan demikian, *Ennichisai* tidak hanya menjadi festival tahunan yang merayakan budaya Jepang tetapi juga berperan dalam mempererat hubungan antara Indonesia dan Jepang melalui berbagai kegiatan budaya yang menyenangkan. Pengunjung festival *Little Tokyo* juga dapat menikmati ratusan *booth* makanan Jepang, seperti *takoyaki* dan *okonomiyaki* serta berbagai pernak-pernik budaya Jepang. Selain makanan Jepang yang ada di *booth* makanan, di sekitar *Little Tokyo* juga terdapat banyak restoran ramen dan sushi autentik Jepang.



Gambar 1.3 Gerai Pertama di Semarang

Sushi adalah salah satu makanan populer dari Jepang dan banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Ini membuat banyak restoran yang menghadirkan sushi seperti *Sushi Masa*, *Kappa Sushi*, *Sushi Tengoku*, *Genki Sushi* dan masih banyak lagi (Osman Affandi, 2022).

Sushi merupakan salah satu hidangan ikonik Jepang yang pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1969 melalui restoran Jepang pertama di Jakarta, yaitu *Kikugawa*. Restoran ini didirikan oleh Kikuchi Surutake, seorang mantan prajurit Jepang yang memutuskan untuk menetap di Indonesia setelah berakhirnya Perang Dunia II. *Kikugawa* tidak hanya menjadi restoran Jepang

pertama di Indonesia, tetapi juga menjadi pelopor dalam memperkenalkan sushi dan berbagai hidangan Jepang lainnya kepada masyarakat Indonesia. Dengan menu yang menawarkan hidangan autentik seperti sushi, sashimi, tempura, dan ramen, Kikugawa berhasil menarik perhatian warga Jakarta, termasuk ekspatriat Jepang dan masyarakat lokal yang penasaran dengan kuliner baru.



Gambar 1.4 Kikugawa, Restoran Jepang Pertama di Jakarta Sejak 1969: Tempat Favorit Istri Presiden Soekarno

Keberhasilan Kikugawa bertahan selama lebih dari 50 tahun hingga kini tidak lepas dari komitmennya dalam menjaga kualitas dan keaslian rasa hidangan Jepang. Restoran ini menjadi tempat yang populer bagi pecinta kuliner Jepang, baik dari kalangan ekspatriat maupun masyarakat Indonesia. Selain itu, Kikugawa juga berperan penting dalam memperkenalkan budaya makan Jepang, seperti penggunaan sumpit, penyajian makanan dalam porsi kecil, dan pentingnya estetika dalam penyajian hidangan. Hal ini membantu membentuk persepsi masyarakat Indonesia tentang kuliner Jepang sebagai sesuatu yang elegan, sehat, dan penuh dengan nilai seni. Selain menjadi restoran pertama yang menyajikan sushi, Kikugawa juga membantu membuka jalan bagi restoran-restoran Jepang lainnya di Indonesia. Popularitas Kikugawa mendorong minat masyarakat terhadap masakan Jepang, yang pada akhirnya memicu pertumbuhan industri kuliner Jepang di Indonesia. Pada dekade-dekade berikutnya, restoran Jepang mulai bermunculan di berbagai kota besar seperti Surabaya, Bandung, dan Medan, dengan variasi menu yang semakin beragam, mulai dari sushi, ramen, hingga

hidangan modern seperti okonomiyaki dan takoyaki.

Kehadiran Kikugawa juga mencerminkan hubungan historis dan budaya yang erat antara Indonesia dan Jepang. Sebagai mantan prajurit yang memilih menetap di Indonesia, Kikuchi Surutake tidak hanya membawa resep-resep tradisional Jepang, tetapi juga membangun jembatan budaya antara kedua negara melalui makanan. Restoran ini menjadi simbol persahabatan dan pertukaran budaya yang terus berkembang hingga saat ini. Bahkan, Kikugawa sering dikunjungi oleh tokoh-tokoh penting, baik dari Indonesia maupun Jepang, yang ingin menikmati hidangan autentik sambil merasakan nuansa tradisional Jepang di tengah kota Jakarta.

Meskipun awalnya sushi dianggap sebagai makanan mewah, seiring berjalannya waktu, variasi dan modifikasi sushi mulai muncul untuk memenuhi selera masyarakat lokal. Kini, sushi dapat ditemukan dengan mudah di berbagai restoran dan sushi bar di seluruh Indonesia. Seiring dengan meningkatnya popularitas sushi, banyak restoran mulai menawarkan variasi lokal yang menggabungkan cita rasa Indonesia dengan teknik penyajian sushi tradisional. Contohnya adalah *Spicy Shitake Roll* dan *Kikai Roll*, yang menggunakan bahan-bahan lokal seperti sambal bajak dan cabai. Dengan demikian, sushi telah bertransformasi dari makanan tradisional Jepang menjadi salah satu hidangan internasional yang sangat populer di Indonesia, mencerminkan perpaduan antara budaya kuliner Jepang dan selera lokal.

Perkembangan restoran sushi di Indonesia menunjukkan tren yang sangat positif dan terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir, mencerminkan tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap masakan Jepang. Salah satu contoh nyata adalah Sushi Tei, jaringan restoran sushi yang telah mengalami pertumbuhan signifikan dengan peningkatan jumlah gerai sebesar 10%-15% dalam dua tahun terakhir. Hingga saat ini, Sushi Tei telah memiliki delapan gerai yang tersebar di berbagai kota besar seperti Jakarta, Medan, Bandung, dan Surabaya. Keberhasilan Sushi Tei tidak hanya didukung oleh kualitas hidangannya yang autentik, tetapi juga oleh strategi pemasaran yang efektif dan kemampuan beradaptasi dengan selera lokal. Misalnya, Sushi Tei menawarkan

variasi menu yang menggabungkan elemen tradisional Jepang dengan bahan-bahan lokal, sehingga menarik minat konsumen dari berbagai kalangan.



Gambar 1.5 Sushi Tei Pertama di Plaza Indonesia

Selain Sushi Tei, restoran sushi baru seperti Sushiro, yang berasal langsung dari Jepang, juga mulai merambah pasar Indonesia. Sushiro resmi membuka gerai pertamanya di Jakarta pada November 2023, menandai langkah awal ekspansinya di Indonesia. Restoran ini dikenal dengan teknologi inovatifnya, seperti sistem sabuk konveyor (conveyor belt) yang tidak hanya memudahkan pelanggan dalam memilih hidangan, tetapi juga membantu mengurangi limbah makanan dengan mengontrol jumlah sushi yang disajikan. Sistem ini memastikan bahwa sushi yang disajikan selalu segar dan sesuai dengan permintaan, sehingga mengurangi risiko pemborosan. Dengan konsep ini, Sushiro berencana untuk memperluas jumlah gerainya di Indonesia dalam beberapa tahun ke depan, menargetkan kota-kota besar lainnya seperti Surabaya, Bandung, dan Bali.



Gambar 1.6 Sushiro

Pertumbuhan restoran sushi di Indonesia tidak lepas dari meningkatnya popularitas budaya Jepang di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Anime, manga, dan J-Pop telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, dan hal ini turut memengaruhi preferensi kuliner mereka. Selain itu, kesadaran akan gaya hidup sehat juga mendorong minat terhadap sushi, yang dikenal sebagai hidangan rendah kalori namun kaya nutrisi. Restoran sushi juga semakin berinovasi dengan menawarkan konsep yang beragam, mulai dari sushi ala prasmanan (all-you-can-eat) hingga sushi premium dengan bahan-bahan impor berkualitas tinggi. Faktor lain yang mendukung pertumbuhan restoran sushi adalah meningkatnya daya beli masyarakat dan berkembangnya gaya hidup urban. Kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Medan menjadi pasar potensial bagi restoran sushi karena tingginya jumlah penduduk dengan tingkat pendapatan menengah ke atas yang mencari pengalaman kuliner baru dan berkualitas. Selain itu, kemudahan akses informasi melalui media sosial dan platform digital juga turut mempromosikan restoran sushi, membuatnya semakin dikenal dan diminati.

Oleh sebab itu, masyarakat Indonesia semakin menyukai makanan Jepang, terutama sushi, yang dianggap sebagai pilihan makanan sehat. Hal ini mendorong banyak pengusaha untuk membuka restoran sushi dengan konsep yang bervariasi dan harga terjangkau. Beberapa restoran seperti *Sushimas* menawarkan sushi dengan harga bersahabat tanpa mengorbankan kualitas. Ini menarik bagi generasi milenial dan masyarakat umum yang ingin menikmati sushi tanpa harus merogoh kocek dalam-dalam. Restoran seperti *Okinawa Sushi* telah memperkenalkan lebih dari 400 menu, termasuk berbagai jenis sushi dan hidangan Jepang lainnya. Dengan keunikan dalam penyajian dan suasana yang otentik, mereka berhasil menarik pelanggan dari berbagai kalangan.

Sushi telah menjadi salah satu makanan yang populer di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Masyarakat Indonesia menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap sushi, yang sebelumnya dianggap sebagai makanan asing yang eksotis. Awalnya, makanan mentah seperti sushi dianggap tabu bagi banyak orang Indonesia, yang lebih terbiasa dengan masakan yang dimasak. Namun, seiring dengan globalisasi dan pengaruh budaya Jepang, sushi kini diterima dengan baik.

Generasi muda khususnya, lebih terbuka untuk mencoba makanan baru dan cenderung menyukai makanan yang serba instan dan segar. Sushi tidak hanya disukai karena rasanya yang enak, tetapi juga dianggap sehat. Banyak orang merasa "kecanduan" sushi, menjadikannya bagian dari gaya hidup. Psikolog menyebutkan bahwa pengalaman positif saat mengonsumsi sushi dapat menciptakan adiksi emosional, di mana orang merasa bangga dan keren ketika menikmati sushi. Media berperan penting dalam mempopulerkan sushi di Indonesia melalui berbagai program kuliner dan media sosial. Penayangan acara masak dan ulasan dari food blogger membantu meningkatkan minat masyarakat untuk mencoba berbagai variasi sushi.



Gambar 1.7 Orang Jepang Review Sushi Jepang di Indonesia
https://www.youtube.com/watch?v=_HAcBskkxRU&t=455s

Dengan semakin banyaknya restoran sushi yang bermunculan di Indonesia, inovasi dalam penyajian sushi juga terus berkembang. Salah satu contoh menarik adalah konsep Sushi Nusantara yang menggabungkan cita rasa lokal dengan elemen tradisional sushi Jepang. Misalnya, beberapa restoran sushi kini menggunakan nasi berwarna yang dihasilkan dari bahan-bahan alami seperti ubi ungu, bayam, atau kunyit, yang tidak hanya menambah estetika hidangan tetapi juga meningkatkan nilai gizi. Selain itu, isian sushi juga dimodifikasi dengan bahan-bahan lokal seperti rendang, ayam rica-rica, atau bahkan tempe, menciptakan perpaduan unik antara budaya kuliner Jepang dan Indonesia. Inovasi ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia tidak hanya menerima sushi dalam bentuk aslinya, tetapi juga beradaptasi dengan selera lokal, menjadikan sushi sebagai hidangan yang lebih akrab dan diterima secara luas.

Jumlah restoran sushi di Indonesia terus meningkat, mencerminkan tingginya permintaan dari masyarakat. Restoran-restoran ini, baik yang berskala besar seperti Sushi Tei maupun yang lebih kecil dan independen, sering kali ramai dikunjungi, terutama di akhir pekan atau hari libur. Fenomena ini menandakan bahwa sushi telah menjadi bagian dari pilihan kuliner sehari-hari masyarakat Indonesia, tidak hanya di kalangan ekspatriat atau pecinta kuliner Jepang, tetapi juga di kalangan masyarakat umum. Bahkan, beberapa restoran sushi kini menawarkan konsep all-you-can-eat atau prasmanan dengan harga terjangkau, membuat sushi semakin mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Popularitas sushi juga didukung oleh meningkatnya kesadaran akan gaya hidup sehat. Sushi dikenal sebagai hidangan yang rendah kalori namun kaya nutrisi, terutama karena bahan-bahan utamanya seperti ikan segar, rumput laut, dan sayuran. Hal ini menjadikan sushi sebagai pilihan yang menarik bagi mereka yang ingin menjaga pola makan sehat tanpa mengorbankan kenikmatan rasa. Selain itu, kemasan dan penyajian sushi yang menarik serta instagrammable turut mendorong minat konsumen, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Penggunaan teknologi canggih dalam operasional restoran, seperti tablet untuk pemesanan dan sistem pelacakan piring sushi di *Sushiro*, menunjukkan bahwa inovasi menjadi kunci untuk menarik pelanggan dan meningkatkan efisiensi layanan. Pertumbuhan restoran sushi di Indonesia dipicu oleh permintaan yang tinggi terhadap masakan Jepang dan gaya hidup sehat. Dengan banyaknya gerai baru yang dibuka dan inovasi dalam konsep serta teknologi, industri restoran sushi di Indonesia diprediksi akan terus berkembang pesat.

Indonesia telah melihat berbagai inovasi dalam bidang sushi, yang menampilkan variasi kreatif dan adaptasi local terhadap makanan tradisional Jepang. Berikut beberapa contoh inovasi sushi di Indonesia seperti ; mahasiswa Universitas Brawijaya menciptakan ide bisnis Sushi Nusantara yang menawarkan sushi dengan cita rasa khas dari lima pulau di Indonesia. Produk ini unik karena menggunakan nasi warna-warni yang dicetak dengan pewarna sayuran sehat dan topping sambal local. Lalu ada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Pontianak menciptakan varian sushi bernama *Sushi Red Rice*. Sushi ini menggunakan beras

merah sebagai bahan dasarnya, yang memiliki kalori rendah dibandingkan beras putih. Variasi ini diformulasikan untuk membantu diet dan tidak membuat konsumennya bosan karena variasi rasa yang beragam. Juga ada mahasiswa Gizi UAA menciptakan sushi ubi ungu yang kaya gizinya. Sushi ini dibuat dengan ubi ungu sebagai pengganti nasi, nori, wortel, sosis, telur, dan mayones. Inovasi ini bertujuan untuk menyediakan alternatif diet yang bergizi dan tidak mengandung unsur-unsur yang mempengaruhi berat badan naik. Inovasi-inovasi tersebut mencerminkan kemampuan mahasiswa Indonesia dalam merancang dan mengembangkan varian sushi yang unik serta bermanfaat secara gizi.

Para ahli memiliki pendapat yang positif tentang sushi, terutama jika dibandingkan dengan versi tradisional Jepang. Berikut adalah beberapa pandangan mereka yakni sushi dapat memberikan manfaat kesehatan yang signifikan, terutama karena kandungan EPA dan DHA yang tinggi dalam ikan salmon dan makarel. Ini dapat meningkatkan kesehatan usus, memperkuat sistem imun, dan mengurangi risiko penyakit jantung koroner. Sushi juga dapat menjadi cara baik untuk mendapatkan nutrisi penting seperti protein berkualitas tinggi, selenium, dan asam lemak omega-3. Topping ikan salmon atau makarel yang kerap digunakan pada sushi adalah sumber asam lemak omega-3 yang kaya, yang dapat membantu mendukung perkembangan sel yang sehat dan mengurangi risiko penyakit kronis. Paduan nori atau rumput laut pada sushi juga mengandung vitamin C, mangan, dan seng yang mana mampu menurunkan stres oksidatif dan meningkatkan kesehatan jantung. Sushi nigiri dan sashimi dengan tambahan salad sayuran direkomendasikan karena kandungan serat dan mikronutrien yang sangat baik. Serat didapatkan melalui sayur dan makanan fermentasi, yang dapat memberikan probiotik dan nutrisi yang baik bagi mikroba menguntungkan di usus. Walaupun nasi putih telah mendapat reputasi buruk, nasi dapat menjadi bagian yang sehat dari diet secara keseluruhan. Nasi yang dikombinasikan dengan isian yang mengandung protein lemak omega 3 hingga nutrisi lainnya aman untuk kesehatan. Karbohidrat dalam nasi memberikan lonjakan energi yang bagus, tergantung pada beras yang digunakan.

Jepang telah mengembangkan strategi gastrodiplomasi di Indonesia, terutama melalui program Japan Halal Food Project (JHFP) yang dimulai pada tahun 2013. Inisiatif ini bertujuan untuk memperkenalkan makanan halal Jepang dan membangun citra Jepang sebagai negara yang ramah terhadap komunitas Muslim, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim. Hubungan diplomatik antara Jepang dan Indonesia telah terjalin sejak 1958, yang mendorong kerjasama di berbagai bidang, termasuk ekonomi dan budaya. Dalam konteks ini, gastrodiplomasi muncul sebagai alat untuk meningkatkan citra positif Jepang di mata masyarakat Indonesia. Tiga alasan utama mendorong Jepang untuk menerapkan gastrodiplomasi ini adalah menciptakan identitas baru bagi Jepang di kancah internasional, menghadapi persaingan dengan negara lain, terutama China dan membangun dukungan publik domestik dan internasional, terutama setelah insiden terkait terorisme yang melibatkan warga Jepang.



Gambar 1.8 Program Japan Halal Food Project

Program JHFP berfokus pada promosi produk makanan Jepang yang sesuai dengan standar halal. Beberapa jenis makanan yang dipromosikan termasuk sushi, ramen, onigiri, dan tempura. Program ini tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan kuliner Jepang tetapi juga untuk meningkatkan kerjasama ekonomi antara kedua negara. Gastrodiplomasi Jepang di Indonesia dilakukan melalui berbagai cara seperti mengadakan seminar dan workshop memasak yang menekankan penggunaan bahan halal, memperkenalkan washoku (masakan tradisional Jepang) sebagai bagian dari warisan budaya yang dapat diterima oleh masyarakat Muslim, melibatkan masyarakat dalam festival kuliner seperti Jak-

Japan Matsuri untuk memperkenalkan makanan Jepang secara langsung.

Melalui JHFP, Jepang berhasil memperkuat citranya sebagai negara yang ramah Muslim dan meningkatkan minat masyarakat Indonesia terhadap kuliner Jepang. Program ini juga berkontribusi pada peningkatan pariwisata halal, dengan harapan menarik lebih banyak wisatawan Muslim ke Jepang. Selain itu, gastrodipomasi ini membantu memperkuat hubungan diplomatik dan ekonomi antara kedua negara. Ketika Jepang melakukan gastrodipomasi dengan Indonesia, Jepang menggunakan media sosial seperti Facebook untuk mempromosikan makanan khas Jepang seperti sushi, ramen, es serut, takoyaki, taiyaki, jajanan pasar, uro, mochi, dango, dan omakase melalui foto.

1.2 Rumusan Masalah

Identifikasi masalah ini berkaitan dengan Masyarakat Indonesia mempunyai minat besar terhadap budaya Jepang, yang tercermin dari anutiasme masyarakat Indonesia ketika menghadiri berbagai acara bertema Jepang yang diadakan setidaknya setiap tahun. Salah satu acara yang paling populer adalah Ennichisai atau Little Tokyo, sebuah festival seni dan kuliner. Dengan demikian, Ennichisai tidak hanya menjadi festival tahunan yang merayakan budaya Jepang tetapi juga berperan dalam mempererat hubungan antara Indonesia dan Jepang melalui berbagai kegiatan budaya yang menyenangkan. Pengunjung festival Little Tokyo juga dapat menikmati ratusan booth makanan Jepang, seperti takoyaki dan okonomiyaki serta berbagai pernak-pernik budaya Jepang.

Selain makanan Jepang yang ada di booth makanan, di sekitar Little Tokyo juga terdapat banyak restoran ramen dan sushi autentik Jepang. Sushi merupakan salah satu hidangan ikonik Jepang yang pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1969 melalui restoran Jepang pertama di Jakarta, yaitu Kikugawa. Sushi telah menjadi salah satu makanan yang populer di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Masyarakat Indonesia menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap sushi, yang sebelumnya dianggap sebagai makanan asing yang eksotis. Awalnya, makanan mentah seperti sushi dianggap tabu bagi banyak orang Indonesia, yang lebih terbiasa dengan masakan yang dimasak. Jumlah restoran sushi di Indonesia terus meningkat, mencerminkan

tingginya permintaan dari masyarakat.

Jepang telah mengembangkan strategi gastrodiplomasi di Indonesia, terutama melalui program Japan Halal Food Project (JHFP) yang dimulai pada tahun 2013. Inisiatif ini bertujuan untuk memperkenalkan makanan halal Jepang dan membangun citra Jepang sebagai negara yang ramah terhadap komunitas Muslim, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim. Gastrodiplomasi Jepang di Indonesia dilakukan melalui berbagai cara seperti mengadakan seminar dan workshop memasak yang menekankan penggunaan bahan halal. Melalui JHFP, Jepang berhasil memperkuat citranya sebagai negara yang ramah Muslim dan meningkatkan minat masyarakat Indonesia terhadap kuliner Jepang. Dengan demikian penelitian ini berfokus pada Jepang memaksimalkan peran kuliner sushi sebagai bagian dari gastrodiplomasi untuk mempererat hubungan bilateral. Penelitian ini juga membahas tentang apa saja dampak positif dan negative dari segi ekonomi, budaya dan lingkungan bagi Jepang dan Indonesia juga bagaimana generasi z ikut serta dalam mempopularkan sushi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Jepang memaksimalkan peran kuliner sushi sebagai bagian dari gastrodiplomasi untuk mempererat hubungan bilateral?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, terdapat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis peran kuliner sushi sebagai bagian dari gastrodiplomasi untuk memperkuat hubungan bilateral dan untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana fenomena kuliner seperti sushi dapat mempengaruhi dan membentuk hubungan diplomatik antara dua negara, serta bagaimana kuliner dapat digunakan sebagai alat strategis dalam diplomasi

internasional.

2. Mengidentifikasi mengapa kehadiran restoran sushi dan festival makanan Jepang di Indonesia berkontribusi terhadap citra Jepang dalam pandangan masyarakat Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap pengetahuan yang sudah ada di bidang diplomasi, dengan fokus khusus pada gastrodiplomasi. Diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini akan memberikan wawasan dan pemahaman yang berharga bagi para mahasiswa, peneliti, dan praktisi di bidang diplomasi, sehingga mereka dapat memperoleh apresiasi yang lebih dalam mengenai peran gastrodiplomasi dalam hubungan internasional. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan upaya gastrodiplomasi Jepang, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi dan praktik diplomasi negara tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 memperkenalkan latar belakang penelitian, menyoroti isu-isu yang mendorong dilakukannya penelitian ini dan signifikansinya. Bab ini menjelaskan mengapa topik yang dipilih relevan dalam konteks saat ini dan bagaimana topik tersebut sesuai dengan diskusi yang ada di lapangan. Masalah penelitian didefinisikan dengan jelas, di samping tujuan utama penelitian, yang memandu penyelidikan. Ruang lingkup penelitian diuraikan, menunjukkan batas-batas penelitian dan aspek-aspek spesifik yang dieksplorasi. Selanjutnya, pertanyaan penelitian disajikan, yang berfungsi sebagai titik fokus analisis. Bagian pendahuluan diakhiri dengan menjelaskan struktur makalah, memberikan gambaran umum kepada pembaca mengenai apa yang diharapkan pada bab-bab berikutnya.

Bab 2 membahas konsep dan kerangka teori yang menjadi landasan penelitian. Berbagai teori dieksplorasi untuk menjelaskan fenomena yang diteliti, memberikan pemahaman yang terstruktur terhadap masalah. Penulis menggunakan teori-teori tersebut untuk membangun hubungan sebab akibat yang

mendasari penelitian, mengaitkannya dengan tujuan penelitian. Bab ini juga membahas bagaimana perspektif teoritis ini membantu meringkai analisis dan interpretasi data dalam bab-bab selanjutnya. Dengan memberikan landasan teori yang kuat, bagian ini menetapkan konteks untuk penyelidikan empiris yang mengikutinya. Teori-teori yang terkait dengan diplomasi budaya, soft power, dan hubungan internasional.

Bab 3 metodologi penelitian dijelaskan, dengan fokus pada bagaimana data dikumpulkan dan diolah. Sumber-sumber data dibahas, termasuk buku, jurnal akademis, dan literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Penulis menjelaskan bagaimana bahan-bahan ini dianalisis secara sistematis untuk mendapatkan wawasan yang berharga. Pengolahan data melibatkan perbandingan empiris dengan penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga memungkinkan interpretasi yang lebih obyektif dan bermakna. Analisis ini juga bertujuan untuk mengungkap pola atau tren yang memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian. Bagian metodologi memastikan bahwa penelitian ini transparan, valid, dan dapat diandalkan.

Bab 4 menyajikan temuan-temuan penelitian dan membahas implikasinya secara rinci. Penulis menganalisis pengaruh sushi sebagai bentuk soft power dalam memperkuat hubungan bilateral antara Jepang dan Indonesia. Dengan mengkaji berbagai faktor, termasuk pertukaran budaya dan diplomasi publik, bab ini mengeksplorasi bagaimana sushi telah menjadi alat dalam hubungan internasional. Hasilnya dibahas dalam konteks literatur yang ada, dengan menarik perbandingan dengan studi kasus serupa atau tren global. Bab ini juga secara kritis memeriksa signifikansi temuan dan kontribusinya terhadap bidang hubungan internasional dan diplomasi budaya. Secara keseluruhan, bab ini menyoroti bagaimana budaya populer dapat berperan dalam upaya politik dan diplomasi.

Bab 5 merangkum temuan-temuan utama dari penelitian ini, menarik kesimpulan berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya. Bab ini menyatakan kembali pentingnya sushi sebagai alat soft power dalam meningkatkan hubungan bilateral antara Jepang dan Indonesia. Penulis kemudian memberikan rekomendasi untuk penelitian di masa depan atau aplikasi praktis dari kesimpulan penelitian. Saran-saran tersebut dapat mencakup bidang-bidang

yang perlu diteliti lebih lanjut atau strategi untuk meningkatkan diplomasi budaya secara lebih efektif. Bab ini diakhiri dengan daftar referensi, untuk memastikan adanya pengakuan yang tepat terhadap sumber-sumber yang mendukung penelitian ini.

