

**Title** : Gastrodiplomasi: Penggugah Selera, Penguat Sahabat

**Author(s)** : M. Nur Rofiq Addiansyah

**Institution** : IAIN Kudus

**Category** : Article

**Topics** : History, education,

## **GASTRODIPLOMASI: PENGGUGAH SELERA, PENGUAT SAHABAT**

Anakku, pergilah ke kampung sebrang

Kau akan jumpa Rumah Gadang megah menantang

Kau akan bertemu Menara Petronas megah gemilang

Kau akan bertatap patung singa menatap mata menyalang

Kau akan melihat Nusantara indah membentang

Anakku, cepatlah pergi ketanah sebrang anakku

Kau akan menyantap nasi lemak yang sangat enak

Kau akan mencicipi Thailand food yang mempesona

Juga kau akan menjumpai makanan Singapura yang menggoyang lidah

Puisi diatas merupakan karangan penulis ketika ingin mengungkapkan kekaguman pada keindahan Nusantara. Nusantara yang terbentang luas dengan kekayaan kuliner didalamnya amatlah sayang bila belum kita cicipi satu persatu. Amatlah sayang pula bila belum kita ketahui satu persatu. Dalam kehidupan di level nasional maupun ditingkat global, sebenarnya kuliner memegang peranan yang signifikan, khususnya sebagai perangkat soft diplomacy.

Kuliner yang biasa digunakan sebagai strategi diplomasi tersebut biasa disebut dengan istilah gastrodiplomasi. Yakni , penggunaan strategis makanan sebagai alat yang ampuh untuk mencapai tujuan diplomatik, terkait dengan pariwisata dan konsep diplomasi budaya (Rockower, 2012). Mengapa kemudian kuliner ini ampuh sebagai penguat kekeluargaan negara-negara serumpun: Pertama, rasa kuliner yang sama cenderung bisa diterima semua negara-negara serumpun. Kesamaan antar negara yang bertetangga biasanya juga dipengaruhi persamaan agama, sejarah dan budaya yang sudah melekat kuat. Misalnya mengapa kemudian makanan-makanan di Indonesia,memiliki kesamaan rasa dengan makanan-makanan di Malaysia dan juga Singapura, berdasarkan literatur-literatur sejarah yang sudah kami baca, salah satu

penyebabnya adalah perdagangan yang melewati semenanjung Melayu, yang mana secara geografis melewati Indonesia, Singapura dan Malaysia, dan juga komoditas utamanya rempah-rempah, maka tidak bisa dipungkiri, kuliner di tiga negara ini cenderung mirip.

*Kedua*, strategi gastrodiplomasi cenderung memiliki resiko kegagalan yang kecil. Gastrodiplomasi merupakan strategi *soft-diplomacy* yang cenderung dipilih dan digunakan negara-negara lain dewasa ini. Hal ini karena resiko kegagalannya lebih kecil bila dibandingkan dengan menggunakan hard power atau hard-diplomacy. Misalnya saja Negara Thailand, saat ini banyak kita jumpai *Thailand food* ataupun juga restoran-roestoran yang menjual makanan-makanan Thailand yang menjamur diberbagai belahan dunia, bahkan di Amerika Serikat, sudah tersebar puluhan ribu *Thailand Food*. Strategi Thailand dalam mengembangkan gastrodiplomasi cenderung efektif, disbanding bila negara tirai bambu ini harus menggunakan senjata militer ataupun juga Angkatan bersenjatanya.

*Ketiga*, biaya yang digunakan untuk gastro diplomasi cenderung lebih murah dan bahkan menguntungkan. Salah satu alasan mengapa gastrodiplomasi harus diterapkan negara-negara serumpun Nusantara adalah karena biaya yang digunakan untuk memperkuat gastrodiplomasi ini cenderung lebih murah bila kita bandingkan dengan diplomasi dengan diplomasi militer. Argumentasi lain mengapa gastrodiplomasi ini lebih menguntungkan adalah, saat Pemerintah Indonesia bisa bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan kuliner seperti produk-produk mie instan indomie yang sudah menyebar ke berbagai negara.

*Keempat*, cara mempengaruhi perut dan hati yang pertama biasanya melalui makanan. Saat pikiran panas atau mungkin ada riak-riak konflik antar negara bagian, antar daerah atau antar provinsi, salah satu hal yang bisa mendinginkan dan mencairkan suasana tersebut adalah melalui kuliner. Kuliner terbukti menjadi senjata ampuh saat kita ada masalah, saat dirumah, ditempat kerja ataupun dalam organisasi, tak terkecuali konflik atau saat ada masalah antar negara.

*Kelima*, dalam makanan tersirat pesan atau pesan-pesan hidup yang mendalam. Misalnya tulisan yang populer di Indonesia karya maestro budaya Indonesia,

Kuntowijoyo. Dalam buku *Mangan Ora Mangan Waton Kumpul*, Kuntowijoyo mengungkapkan jika Mangan Ora Mangan Waton Kumpul mengandung maksud adanya rasa solidaritas, kebersamaan, dan kekeluargaan yang jauh lebih utama baik dengan adanya makanan maupun tidak. Buku ini juga menjadi spirit masyarakat Jawa, akan pentingnya gotong royong, sambatan ataupun spirit kebersamaan yang terus hidup dan dihidupkan dalam kehidupan sehari-hari.

Pertanyaan berikutnya siapa saja pelaku gastrodiplomasi, lalu bagaimana gastrodiplomasi ini bisa diterapkan. Aktor atau pelaku utama gastrodiplomasi ini tentu saja adalah Pemerintah Republik Indonesia, ataupun dalam hal ini adalah Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, berikut kedutaan dan diaspora di negara-negara serumpun tersebut. Berikutnya adalah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Hal ini berlaku juga bagi kementerian terkait dinegara-negara sahabat Untuk lapis berikutnya pelaku gastrodiplomasi ini adalah seluruh masyarakat, Di era media digital seperti ini, masyarakat dengan telepon pintarnya masing-masing dapat mempromosikan kuliner didaerahnya masing-masing. Tentu saja kegiatan seperti ini dalam rangka memperkuat persahabatan, bukan untuk memperuncing permusuhan.

Lalu bagaimana gastrodiplomasi ini bisa dijalankan, untuk melaksanakan gastrodiplomasi ini, pertama pemerintah harus mengidentifikasi kuliner-kuliner yang bisa diterima masyarakat asing khususnya masyarakat di negara-negara serumpun Nusantara. Berikutnya pemerintah harus melakukan pengemasan dan penyesuaian dengan rasa ataupun selera negara-negara yang menjadi sasaran gastrodiplomasi. Misalnya, hal seperti ini sudah dilakukan produk-produk mie instan Indomie saat melakukan impor dan penyesuaian rasa dengan keinginan rasa masyarakat India. Saat masyarakat India lebih berselera dengan kare dan bumbu-bumbu rempah yang sangat khas, maka Indomie pun memproduksi varian rasa kare yang sesuai dengan selera masyarakat negara Hindustan tersebut. Apabila semua aspek gastrodiplomasi ini diterapkan dan dilakukan, maka kejayaan kuliner dan kuliner sebagai penguat persahabatan antar negara serumpun bisa diwujudkan.

## REFERENSI

Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. In *Place Branding and Public*

*Diplomacy*. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>

Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. In *Place Branding and Public Diplomacy*. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>

Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. In *Place Branding and Public Diplomacy*. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>