

ABSTRAK

Pendekatan postkolonialisme digunakan sebagai kerangka teoritis untuk memahami dinamika hubungan antara Jepang dan Indonesia dalam konteks gastrodiplomasi. Postkolonialisme menyoroti konsekuensi sisa-sisa kolonialisme dalam bentuk dominasi budaya dan politik yang masih mempengaruhi interaksi antarnegara saat ini. Jepang menggunakan strategi gastrodiplomasi, yaitu menggunakan kuliner sebagai alat untuk mempromosikan budaya dan memperkuat hubungan diplomatik. Dalam konteks ini, media digital menjadi sarana utama yang digunakan Jepang untuk mencapai tujuan tersebut. Platform media sosial, situs web, dan aplikasi digital digunakan untuk membagikan informasi tentang masakan Jepang, resep, cerita di balik makanan, serta pengalaman wisata kuliner di Jepang. Melalui media digital, Jepang mengkomunikasikan narasi-narasi yang mempromosikan kekayaan budaya dan kuliner mereka, serta membangun citra positif tentang negara mereka di mata masyarakat Indonesia. Selain itu, media digital memungkinkan interaksi langsung antara warga Jepang dan Indonesia melalui komentar, pertukaran informasi, dan partisipasi dalam acara atau kontes yang diselenggarakan secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gastrodiplomasi adalah salah satu strategi yang bisa digunakan pemerintah suatu negara dalam meningkatkan kepentingan nasional dan citra negaranya. Dalam hal ini Jepang dengan sejarahnya yang kelam dengan traumatis dalam, bisa membangun kembali citranya di mata masyarakat Indonesia. Melalui makanan, Jepang menjadikan gastrodiplomasi sebagai alat dan strategi komunikasi Jepang dalam membangun pemahaman budaya kulinernya. Elemen - elemen dalam strategi gastrodiplomasi seperti leader option, membangun komunikasi lewat media, event, sarana pendidikan juga pemasaran produk lancar dilaksanakan. Technology digital saat ini menjadi penunjang penting pendistribusian informasi dan promosi yang dilakukan Jepang. Sosial media menjadi sarana komunikasi yang paling efektif yang diterapkan oleh Jepang dalam strategi gastrodiplomasinya. Kesempatan untuk saling berinteraksi dan bertukar informasi melalui sosial media membuat makanan Jepang berhasil mendapat tempat favorit di kalangan masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: Media Digital, Postkolonialisme, Gastrodiplomasi, Jepang, Indonesia

ABSTRACT

The postcolonial approach is used as a theoretical framework to understand the dynamics of relations between Japan and Indonesia in the context of gastrodiplomacy. Postcolonialism highlights the consequences of the remnants of colonialism in the form of cultural and political domination that still influence interactions between countries today. Japan uses a gastrodiplomacy strategy, namely using culinary delights as a tool to promote culture and strengthen diplomatic relations. In this context, digital media is the main means used by Japan to achieve this goal. Social media platforms, websites and digital applications are used to share information about Japanese cuisine, recipes, stories behind the food and culinary tourism experiences in Japan. Through digital media, Japan communicates narratives that promote their cultural and culinary riches, as well as building a positive image of their country in the eyes of the Indonesian people. In addition, digital media allows direct interaction between Japanese and Indonesian citizens through comments, exchange of information, and participation in events or contests held online. The research results show that gastrodiplomacy is a strategy that can be used by a country's government to improve its national interests and country's image. In this case, Japan, with its dark and deeply traumatic history, can rebuild its image in the eyes of the Indonesian people. Through food, Japan uses gastrodiplomacy as a tool and strategy for Japanese communication in building understanding of its culinary culture. Elements in the gastrodiplomacy strategy such as leader options, building communication through media, events, educational facilities and product marketing are smoothly implemented. Digital technology is currently an important support for the distribution of information and promotions carried out in Japan. Social media is the most effective means of communication applied by Japan in its gastrodiplomacy strategy. The opportunity to interact and exchange information through social media has made Japanese food a favorite among Indonesian people.

Keywords: *Digital Media, Postcolonialism, Gastrodiplomacy, Japan, Indonesia.*

RINGKESAN

Pendekatan postkolonial digunakeun salaku kerangka téoritis pikeun mikanyaho dinamika hubungan antara Jepang jeung Indonésia dina kontéks gastrodiplomasi. Poskolonialisme nyorot balukar tina sésa-sésa kolonialisme dina wangun dominasi budaya jeung pulitik anu masih mangaruhan interaksi antara nagara kiwari. Jepang ngagunakeun strategi gastrodiplomasi, nya éta ngagunakeun nikmat kuliner salaku alat pikeun ngamajukeun budaya jeung nguatkeun hubungan diplomatik. Dina kontéks ieu, média digital mangrupikeun sarana utama Jepang pikeun ngahontal tujuan ieu. Platform média sosial, situs wéb sareng aplikasi digital dianggo pikeun ngabagi inpormasi ngeunaan masakan Jepang, resep, carita balik pangalaman pariwisata kuliner sareng kadaharan di Jepang. Ngaliwatan média digital, Jepang nepikeun narasi-narasi anu ngamajukeun kabeungharan budaya jeung kulinerna, ogé ngawangun citra positif nagarana di mata masarakat Indonésia. Salian ti éta, média digital ngamungkinkeun interaksi langsung antara warga Jepang jeung Indonésia ngaliwatan koméntar, silih tukeur informasi, jeung ilubiung dina acara atawa kontes anu diayakeun online. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén gastrodiplomasi mangrupa strategi anu bisa digunakeun ku pamaréntah hiji nagara pikeun ngaronjatkeun kapentingan nasional jeung citra nagara. Dina hal ieu, Jepang, kalayan sajarahna anu poék sareng traumatis, tiasa ngawangun deui citrana di mata masarakat Indonésia. Ngaliwatan kadaharan, Jepang ngagunakeun gastrodiplomasi salaku alat jeung strategi komunikasi Jepang dina ngawangun pamahaman budaya kuliner na. Unsur-unsur dina strategi gastrodiplomasi sapertos pilihan pamimpin, ngawangun komunikasi ngaliwatan média, acara, fasilitas pendidikan sareng pamasaran produk dilaksanakeun kalayan lancar. Téknologi digital ayeuna mangrupikeun dukungan anu penting pikeun distribusi inpormasi sareng promosi anu dilaksanakeun di Jepang. Média sosial mangrupikeun alat komunikasi anu paling efektif anu diterapkeun ku Jepang dina strategi gastrodiplomasi na. Kasempetan pikeun berinteraksi sareng silih tukeur inpormasi ngalangkungan média sosial ngajantenkeun kadaharan Jepang janten paporit di kalangan masarakat Indonésia.

Kata Kunci: Média Digital, Postkolonialisme, Gastrodiplomasi, Jepang, Indonésia.