

**PERAN DIPLOMASI GASTRO TURKI DALAM MEMBANGUN CITRA
NASIONAL TAHUN 2017-2022**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

DAMITA AQILLAH DASCHA

19323144

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2023

PERAN DIPLOMASI GASTRO TURKI DALAM MEMBANGUN CITRA

NASIONAL TAHUN 2017-2022

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh

Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

DAMITA AQILLAH DASCHA

19323144

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN DIPLOMASI GASTRO TURKI DALAM MEMBANGUN CITRA NASIONAL TAHUN 2017-2022

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan
Internasional

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh derajat
Sarjana S1 Hubungan Internasional

Pada Tanggal

14 Desember 2023

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia


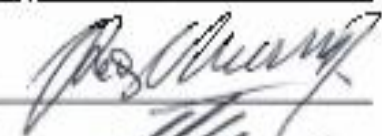

Ketua Program Studi


Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A.

Dewan Penguji

1. Hadza Min Fadhlil Robby, S.I.P., M.Sc.
2. Rizki Dian Nursita, S.I.P., M.H.I.
3. Mohamad Rezky Utana, S.I.P., M.Si.

Tanda Tangan

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, sertakutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termutai. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur Universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

14 Desember 2023



[Handwritten signature]

Damita Aqillah Dascha

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Cakupan Penelitian	6
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
1.7 Argumen Sementara.....	13
1.8 Metode Penelitian	13
1.8.1 Jenis Penelitian.....	13
1.8.2 Subyek dan Obyek Penelitian	14
1.8.3 Metode Pengumpulan Data.....	14
1.8.4 Proses Penelitian	14
1.9 Sistematika Pembahasan	14
BAB 2	16
2.1 Referendum Konstitusi Turki Tahun 2017	16
2.2 Budaya Kuliner Turki	24
2.3 Diplomasi Gastro Turki Sebelum Tahun 2017	30
BAB 3	35
3.1 Strategi Diplomasi Gastro Turki Tahun 2017-2022	35
3.1.1 Mempromosikan Kuliner dalam Acara Diplomasi Budaya.....	35

3.1.3	Melibatkan Juru Masak dalam Proses Diplomatik Formal	44
3.2	Peran Diplomasi Gastro Turki terhadap Citra Negara Pasca Referendum 48	
BAB 4	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Penyajian Kopi Turki	26
Gambar 3.1	Buku Resep Emine Erdogan	40
Gambar 3.2	Jumlah Wisatawan Asing di Turki Tahun 2017-2022 (dalam juta).	43

ABSTRAK

Penggunaan konsep *soft power* dalam studi Hubungan Internasional telah menjadi perhatian dalam kebijakan luar negeri suatu negara. Dengan adanya diplomasi gastro yang menjadi alat diplomasi untuk menciptakan citra bagi negara yang bersangkutan menyebabkan Turki dapat menggunakan makanan sebagai salah satu kunci dalam memperkenalkan identitas negaranya dimana Turki sempat memiliki konflik domestic yang mempengaruhi citra negaranya. Hal ini juga menunjukkan bahwa dengan adanya diplomasi gastro, Turki dapat menunjukkan peran positif mengenai budayanya terhadap negara-negara lain, terutama Eropa yang sempat memberikan pandangan negatif terhadap Turki.

Kata kunci: Diplomasi gastro, Turki, Budaya, Makanan, Negara.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan internasional mengalami perkembangan yang pesat pasca Perang Dingin, salah satunya ditandai dengan meningkatnya perhatian terhadap penggunaan *soft power* dalam studi Hubungan Internasional. Konsep *soft power* pertama kali dicetuskan oleh Joseph S. Nye pada tahun 1990. Nye mendefinisikan konsep *soft power* sebagai kemampuan untuk mempengaruhi orang lain untuk mengikuti keinginan dari pemilik *power* tersebut demi mencapai tujuan nasionalnya. *Soft power* merupakan aspek penting dalam kebijakan luar negeri suatu negara, khususnya bagi negara yang memiliki keterbatasan *hard power*.

Berbeda dengan *hard power* yang menekankan pada kapabilitas negara untuk melakukan koersi, *soft power* cenderung bergantung pada kemampuan negara untuk melakukan persuasi melalui sumber daya yang tidak terlihat secara langsung, yaitu karakter negara yang atraktif, budaya, nilai dan institusi politik, serta kebijakan yang terlegitimasi (Nye, 2011). Salah satu aspek budaya yang dapat digunakan sebagai *soft power* bersumber dari makanan nasional suatu negara. Selanjutnya, *soft power* tersebut digunakan dalam bentuk diplomasi, yaitu diplomasi gastro.

Makanan merupakan salah satu bagian penting dalam budaya dan identitas negara. Pada era globalisasi, makanan merepresentasikan identitas dan keterkaitan

historis antara makanan, tempat, dan masyarakat dalam lingkup nasional, regional, dan lokal (Cook & Crang, 1996, p. 137). Di samping itu, diplomasi gastro juga berperan untuk mendukung ekonomi domestik dari suatu negara, khususnya pada sektor pariwisata. Hal tersebut tercapai melalui pengalaman wisatawan saat mengonsumsi makanan dari negara tertentu. Pengalaman itu dapat menciptakan keterkaitan yang positif antara makanan dan budaya yang ia representasikan, sehingga mendorong konsumen untuk mengunjungi tempat asal dari makanan tersebut (Suntikul, 2019).

Dengan perkembangan teknologi modern seperti saat ini, makanan dapat dikonsumsi oleh masyarakat global secara luas dengan mudah, yang kemudian mendukung popularitas diplomasi gastro sebagai salah satu alat diplomasi yang digunakan oleh negara untuk mempromosikan negaranya. Diplomasi gastro memberi kesempatan bagi *middle powers* untuk menciptakan citra nasional yang positif di mata audiens luar negeri (Pham, 2013, p. 5). Diplomasi gastro juga meningkatkan citra nasional dan *cultural visibility* dari *middle powers* (Rockower, Korean Tacos and Kimchi Diplomacy, 2010).

Turki merupakan salah satu negara yang memanfaatkan *soft power*-nya untuk meningkatkan pengaruh yang dimiliki dalam lingkup global melalui diplomasi dan memperbaiki citra negara di mata internasional. Dalam hal ini, Turki memproyeksikan karakter negaranya yang terbuka terhadap masyarakat global, dengan nilai utamanya adalah demokrasi dan pertumbuhan ekonomi yang pesat. Pada tahun 2007-2013, diplomasi Turki mengalami keberhasilan, dilihat dari semakin besarnya pengaruh negara tersebut dalam lingkup *soft power*, ditandai

dengan banyaknya produk kultural Turki yang diketahui oleh masyarakat dalam lingkup internasional (Donelli, 2019).

Namun, adanya konflik politik domestik yang menyebabkan ketidakstabilan Turki selanjutnya berpengaruh terhadap citra global negara tersebut (Donelli, 2019). Salah satu pertentangan politik domestik yang dialami Turki adalah referendum tahun 2017 yang mengubah sistem pemerintahan Turki, yang semula merupakan sistem parlementer menjadi sistem presidensial (Dewan, 2017). Perubahan tersebut memberikan kekuasaan besar bagi presiden, karena walaupun dalam hal konstitusional legislasi memiliki pengaruh lebih besar dibanding presiden, tetapi pengambilan keputusan berada sepenuhnya di tangan presiden. Kondisi ini membuat politik domestik Turki, yang sejak awal memiliki karakter politik yang benar-benar terpecah antara pemerintah dan oposisi, menjadi semakin tidak stabil (BBC, Turkey referendum: Key reactions, 2017).

Disetujuinya perubahan konstitusi tersebut tidak hanya menyebabkan pertentangan politik domestik di Turki, tetapi juga memicu kritik dari negara-negara lain yang menganggap bahwa presiden Turki saat itu, Recep Tayyip Erdogan, menunjukkan sikap otoriter dan anti-demokrasinya. Hal tersebut karena perubahan konstitusi memberikan wewenang bagi Presiden Erdogan untuk memperpanjang masa jabatannya hingga tahun 2029, dalam skenario ia memenangkan pemilihan umum tahun 2019 (Dewan, 2017). Kepemimpinan Presiden Erdogan dikhawatirkan akan membawa Turki untuk mengambil kebijakan yang berlawanan dengan nilai yang diakui secara internasional, seperti misalnya pertimbangan Presiden Erdogan untuk mencabut larangan hukuman mati (BBC, Turkey referendum: Key reactions, 2017).

Untuk mengimbangi citranya yang menurun akibat kondisi politik domestik tersebut, Turki berupaya untuk menciptakan citra baru demi mempromosikan dirinya dalam hubungan internasional. Diplomasi Turki yang semula terfokus pada citranya sebagai negara Muslim demokrasi, selanjutnya beralih memanfaatkan aspek kultural dari Turki (Donelli, 2019). Salah satu produk kultural Turki yang banyak dinikmati oleh masyarakat global adalah drama televisi, dimana pada tahun 2014, drama televisi Turki menjadi drama paling populer kedua setelah drama televisi produksi Amerika Serikat. Pada tahun yang sama, pendapatan ekspor yang diperoleh Turki dari drama televisi mencapai USD 200 juta, sedangkan jumlah penonton drama tersebut mencapai lebih dari 400 juta orang (Zaelani & Sahide, 2021). Hal itu menunjukkan antusiasme masyarakat yang besar terhadap produk kultural milik Turki. Mengikuti popularitas drama televisi Turki, permintaan akan produk budaya lainnya, misalnya makanan tradisional khas Turki, pun semakin meningkat. Kondisi itu selanjutnya mendorong Turki untuk memanfaatkan kuliner khasnya sebagai salah satu instrumen dalam diplomasi.

Penggunaan kuliner sebagai instrumen diplomasi Turki didukung oleh penetapan kopi Turki sebagai warisan budaya takbenda oleh UN Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) pada tahun 2013 (UNESCO, Turkish coffee culture and tradition, n.d.). Masuknya kopi Turki dalam daftar warisan budaya UNESCO dipengaruhi oleh popularitas kopi Turki pada periode tersebut, diawali oleh promosi yang dilakukan oleh Gizem Salcigil White sejak tahun 2008. Untuk mempromosikan kopi Turki, Gizem White menggunakan truk makanan dan berkeliling dari Amerika Serikat, Kanada, hingga Eropa. Aktivitas

Gizem White selanjutnya diikuti oleh diaspora Turki di luar negeri, yang menyebabkan dikenalnya kopi Turki di beberapa negara lain (Forman, 2023).

Pentingnya diplomasi gastro juga diakui oleh petinggi Turki sendiri. Pada September 2022, ibu negara Turki Emine Erdoğan mengadakan rangkaian acara gastronomi di New York dengan tujuan untuk mempromosikan kuliner Turki. Dalam acara tersebut, Emine Erdoğan menyatakan bahwa makanan merupakan salah satu dari elemen penting dalam warisan budaya negara. Makanan merefleksikan identitas dan karakter nasional negara. Di samping itu, ia juga menyatakan bahwa makanan menunjukkan tingkat kemajuan peradaban dari suatu negara. Oleh karena itu, diplomasi gastro dan pariwisata gastro perlu untuk diimplementasikan sebagai faktor utama dalam budaya dan kebijakan negara, khususnya dalam hal kebijakan luar negeri (Presidency of the Republic of Turkiye, 2022). Pernyataan Emine Erdoğan tersebut menunjukkan bahwa Turki memiliki tujuan untuk memanfaatkan budaya kulinernya sebagai instrumen dalam diplomasi terhadap negara lain di lingkup global.

Berdasarkan latar belakang tersebut, diplomasi gastro dapat dilihat sebagai upaya untuk membangun citra negara dalam bidang kuliner ataupun makanan. Dalam hal ini, negara dapat menarik perhatian audiens dari luar negeri dengan menggunakan makanan khas dari negara tersebut. Diplomasi gastro tidak hanya membahas sebatas makanan saja, tetapi juga tujuan politik yang ada di dalamnya, yaitu untuk mencapai tujuan nasional dari negara. Meningkatnya popularitas diplomasi gastro, ditambah dengan keberagaman jenis makanan dan kultur budaya Turki yang mendasarinya, membuat diplomasi gastro menjadi salah satu instrumen penting dalam kebijakan luar negeri Turki. Oleh karena itu, penelitian akan

ditujukan pada bagaimana peran diplomasi gastro dalam membentuk citra negara Turki pada tahun 2017-2022

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi diplomasi gastro Turki dalam membentuk citra negaranya pada tahun 2017-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan,

1. Meneliti tentang strategi diplomasi gastro yang dilakukan oleh Turki dalam membentuk citra negara Turki pada tahun 2017-2022. Dan akan membahas tentang implementasi diplomasi gastro Turki, baik yang dilakukan oleh pemerintah ataupun aktor non-pemerintah. Selanjutnya akan dibahas juga mengenai hasil akhir yang dicapai oleh Turki mengenai diplomasi gastro.
2. Di samping itu, dari segi teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang aplikasi konsep diplomasi gastro dalam penelitian terkait diplomasi gastro yang diterapkan oleh negara, khususnya berkaitan dengan strategi citra negara.

1.4 Cakupan Penelitian

Penelitian ini terfokus pada pembahasan tentang strategi peran diplomasi gastro Turki untuk membangun citra negara pada periode tahun 2017-2022. Jangkauan tahun awal 2017 karena pada tahun tersebut, Turki menyetujui

referendum perubahan konstitusi yang mengubah sistem pemerintahan Turki, yaitu dari parlementer menjadi presidensial. Referendum tersebut juga memicu kritik dari negara-negara lain yang mengkhawatirkan kebijakan luar negeri Presiden Erdogan di masa mendatang, ditambah dengan kondisi politik domestik yang memburuk pasca referendum. Selain itu, pada tahun 2017, Turki menghadapi larangan perjalanan dari beberapa negara akibat referendum, yang selanjutnya berdampak pada penurunan wisatawan. Lalu pada akhir 2022 dipilih karena pada tahun tersebut, buku resep makanan khas Turki yang ditulis oleh ibu negara Emine Erdogan dinominasikan dalam Gourmand World Cookbook Awards 2023, menunjukkan bahwa diplomasi gastro Turki memiliki kontribusi positif dalam mengenalkan budaya Turki.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian pertama ditulis oleh Arina Nihayati, dkk. (2022) dengan judul *The Analysis of South Korean Gastrodiplomacy Towards the Increase of South Korean Kimchi Export*. Penelitian ini membahas tentang hubungan antara implementasi diplomasi gastro pemerintah Korea Selatan dengan peningkatan ekspor kimchi ke luar negeri. Korea Selatan menggunakan diplomasi gastro sebagai strategi *national branding* dan *soft power* untuk mempromosikan budaya kulinernya, terlebih karena kimchi dianggap sebagai simbol budaya bagi masyarakat Korea Selatan. Selain itu, *kimjang*, yaitu metode pembuatan kimchi, juga telah ditetapkan sebagai warisan nasional oleh UNESCO. Diplomasi tersebut selanjutnya dilakukan melalui berbagai cara, seperti proyek Kimchi Bus pada tahun

2011, pengenalan kimchi oleh astronot pertama dari Korea Selatan, kolaborasi antara Korean Food Foundation dengan restoran-restoran makanan Korea Selatan di New York, hingga pengaruh dari Korean Wave. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi gastro berdampak pada meningkatnya ekspor komoditas kimchi Korea Selatan, yang semula bernilai USD 104,58 juta pada tahun 2011 menjadi USD 144,51 juta pada tahun 2020. Dengan kata lain, diplomasi kimchi yang dilakukan oleh Korea Selatan memberikan pengaruh positif pada situasi ekonomi negara tersebut.

Penelitian kedua berjudul *The Early Stage of Indonesia's Gastrodiplomacy: In the Middle of Nowhere?* yang ditulis oleh A. Trihartono, Purwowibowo, B. Santoso, F.Z. Pamungkas, dan C. Nisya (2020). Penelitian ini membahas tentang perkembangan diplomasi gastro Indonesia dari awal kemunculannya, dengan memfokuskan pada apa saja yang telah dilakukan untuk mendukung diplomasi gastro dan siapa aktor yang terlibat dalam diplomasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melaksanakan diplomasi gastro, beberapa aktor yang terlibat adalah Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta aktor non-negara seperti restoran dan diaspora. Penelitian juga menunjukkan bahwa diplomasi gastro dapat membantu Indonesia untuk meningkatkan *nation branding*-nya melalui kekayaan dan keberagaman kuliner yang dimiliki Indonesia. Namun, dalam implementasinya, belum terdapat koordinasi yang baik antara aktor-aktor yang terlibat sehingga diplomasi gastro belum berjalan dengan maksimal. Di samping itu, Indonesia juga belum memiliki panduan formal terkait pelaksanaan diplomasi gastro.

Penelitian ketiga ditulis oleh Anna Lipscomb (2019) dengan judul *Culinary Relations: Gastrodiplomacy in Thailand, South Korea, and Taiwan*. Penelitian ini membahas tentang implementasi dan hambatan yang dihadapi oleh Thailand, Korea Selatan, dan Taiwan dalam melaksanakan diplomasi gastro. Ketiga negara melakukan diplomasi gastro melalui bantuan dana kepada restoran di luar negeri dan mengadakan acara pameran makanan. Namun, hasil yang dicapai dari masing-masing negara berbeda. Thailand berhasil memperbaiki citra internasionalnya dan memperluas diplomasi gastronya ke negara-negara non-Barat. Taiwan pun berhasil memperluas pasar dari makanannya, khususnya *bubble tea*, tetapi belum mampu mencapai tujuannya dalam mempromosikan identitas nasionalnya. Di sisi lain, Korea Selatan berhasil mempromosikan makanannya melalui Korean Wave, tetapi kesulitan untuk menjustifikasi tujuannya di mata masyarakat Korea Selatan sendiri. Kondisi itu menunjukkan bahwa walaupun gastronomi menjadi representasi dari masing-masing negara, dibutuhkan upaya yang besar dari pemerintah dan aktor-aktor lainnya untuk dapat mempromosikan makanan nasional ke komunitas internasional. Pemerintah harus menyesuaikan strategi dan implementasinya agar diplomasi gastro dapat berjalan dengan baik.

Penelitian-penelitian di atas secara garis besar membahas tentang peran diplomasi gastro untuk membangun citra nasional ataupun membantu negara dalam mencapai tujuannya masing-masing. Diplomasi gastro tersebut dilakukan dengan mempromosikan budaya dari negara, sehingga audiens dapat merasa lebih familiar dengan negara tersebut, yang selanjutnya menciptakan kedekatan kultural antara audiens dan negara. Karenanya, berdasarkan hasil penelitian, diplomasi gastro memiliki dampak yang berbeda-beda pada setiap negara. Persamaan penelitian-

penelitian di atas dengan penelitian ini terletak pada topik penelitian terkait peran atau pengaruh diplomasi gastro bagi negara. Namun, perbedaan terletak pada subyek, dimana penelitian ini membahas tentang diplomasi gastro yang dilakukan oleh Turki, dengan periode tahun yang lebih spesifik, yaitu 2017-2022. Penelitian tentang diplomasi gastro Turki menjadi penting untuk dilakukan karena hingga saat ini, belum terdapat penelitian yang membahas tentang upaya diplomasi gastro yang dilakukan oleh Turki. Padahal, Turki memiliki kuliner tradisional yang beragam dan cukup di kenal di lingkup internasional.

1.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi gastro sebagai tolak ukur analisisnya. Konsep ‘diplomasi gastro’ sendiri pertama kali digunakan pada tahun 2002 oleh kantor berita *The Economist* untuk mendeskripsikan inisiatif ‘Global Thai’ yang dilakukan oleh Thailand melalui memperbanyak jumlah restoran Thailand di luar negeri (The Economist, 2002). Inisiatif tersebut dikeluarkan dengan tujuan untuk memperbaiki citra Thailand yang sebelumnya erat dengan pariwisata seks. Sejak itu, banyak negara yang menerapkan strategi serupa untuk meningkatkan citra nasionalnya di mata internasional (Parasecoli, 2022).

Paul Rockower (2020) menyebutkan diplomasi gastro sebagai bentuk kampanye diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah dengan menggabungkan diplomasi budaya dan kuliner untuk meningkatkan citra ataupun *nation branding* dari suatu negara. Diplomasi gastro merupakan bagian dari diplomasi budaya yang menekankan pada penggunaan makanan untuk mengkomunikasikan warisan kultural negara kepada publik internasional. Lebih

lanjut, Rockower menekankan bahwa diplomasi gastro bukan hanya tentang acara kuliner yang dilakukan oleh negara di luar negeri. Diplomasi gastro melibatkan pendekatan yang lebih holistik dan edukasional untuk meningkatkan kesadaran internasional akan warisan budaya dan kuliner dari suatu negara (Rockower, 2020, p. 206).

Dalam mendefinisikan diplomasi gastro, penting untuk membedakan diplomasi gastro dengan diplomasi lainnya yang juga melibatkan makanan, sebagai contoh adalah diplomasi makanan. Diplomasi makanan merupakan diplomasi yang dilakukan dengan memanfaatkan bantuan makanan kepada negara lain dalam masa krisis. Diplomasi gastro juga berbeda dengan diplomasi kuliner yang merupakan penggunaan makanan dengan tujuan diplomatik, misalnya pada pertemuan resmi kepala negara (Rockower, 2020, p. 207). Dengan demikian, tujuan pelaksanaan diplomasi tersebut perlu untuk diperhatikan dalam penentuan definisi diplomasi gastro.

Diplomasi gastro umumnya dilakukan oleh *middle powers* yang memiliki keterbatasan dalam kontestasi internasional. Karenanya, *middle powers* menggunakan berbagai jenis diplomasi untuk mempromosikan aspek kulturalnya demi meningkatkan visibilitasnya di lingkup internasional. Diplomasi gastro kemudian menjadi bentuk *nation branding* bagi *middle powers*. Hal tersebut karena diplomasi gastro fokus pada keunikan dari budaya kuliner nasional untuk membedakan *branding* negaranya dengan negara lain, sehingga meningkatkan daya tarik negara. Kondisi itu berdampak pada peningkatan *soft power* yang dimiliki negara (Rockower, 2020, p. 208).

Pada implementasinya, Rockower (2020, 209) membagi diplomasi gastro ke dalam tujuh jalur strategi sebagai berikut.

- a. Program pinjaman dengan tujuan penyebaran restoran lokal di luar negeri.
- b. Meningkatkan akses terhadap bahan makanan lokal bagi restoran di luar negeri.
- c. Memfasilitasi partisipasi juru masak dalam program pertukaran budaya dan diplomasi budaya.
- d. Melibatkan juru masak dalam proses diplomatik formal, khususnya dalam aktivitas jamuan makan.
- e. Mempromosikan kuliner dalam acara-acara diplomasi budaya seperti pasar malam ataupun penayangan film.
- f. Demonstrasi dan kelas memasak bagi umum yang dilaksanakan di beberapa wilayah.
- g. Mendukung pengakuan makanan nasional dalam '*intangible cultural heritage of humanity*' dari UNESCO.

Dalam penelitian ini, konsep diplomasi gastro digunakan untuk menganalisis tentang peran diplomasi gastro dalam membangun citra nasional Turki di luar negeri pada tahun 2017-2022. Analisis dilakukan dengan melihat aktivitas yang dilakukan oleh aktor Turki, baik negara ataupun non-negara, dalam melaksanakan diplomasi gastro di luar negeri. Selanjutnya, dilihat pula pengaruh dari diplomasi gastro tersebut terhadap pembangunan citra nasional Turki pasca referendum tahun 2017.

1.7 Argumen Sementara

Diplomasi gastro yang dilakukan oleh Turki berperan sebagai salah satu instrumen kebijakan luar negeri untuk meningkatkan familiaritas negara-negara lain terhadap makanan Turki. Dengan demikian, negara lain pun dapat lebih mengenal kultur Turki, yang kemudian berpengaruh positif terhadap persepsi audiens internasional terhadap Turki. Diplomasi gastro Turki selanjutnya dilakukan dengan cara bekerja sama dengan diaspora di luar negeri, mengadakan festival makanan, menyediakan makanan khas Turki dalam perjamuan resmi perwakilan dari luar negeri, dan bantuan dana bagi restoran Turki di negara lain. Dalam hal ini, diplomasi gastro memiliki peran untuk meningkatkan perekonomian dan pengenalan pariwisata, memperbaiki persepsi dari negara lain terhadap Turki, serta menciptakan citra nasional yang baik bagi audiens internasional.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan deskripsi dan kata-kata untuk meneliti fenomena dan realita tertentu dari sudut pandang subyek. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menafsirkan fenomena yang diteliti dengan cara menggunakan metode-metode yang sudah ada sebelumnya (Moleong, 2008).

1.8.2 Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah Turki, yang selanjutnya terbagi ke dalam aktor pemerintah dan non-pemerintah. Di sisi lain, obyek dalam penelitian ini adalah peran diplomasi gastro untuk membangun citra nasional Turki.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara yang dilakukan terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan diplomasi gastro Turki. Di samping itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui studi pustaka, yakni dengan menggunakan literatur ataupun informasi yang sudah ada sebelumnya. Sumber data tersebut dapat berupa buku, jurnal, dokumen resmi, maupun artikel daring yang terjamin kredibilitasnya.

1.8.4 Proses Penelitian

Penelitian diawali dengan proses pengumpulan data yang dianggap relevan bagi topik penelitian dengan menggunakan metode studi pustaka. Data-data tersebut kemudian diperiksa dan direduksi untuk memilih hal-hal yang penting sehingga penelitian dapat fokus. Kemudian, penulis menafsirkan data-data tersebut dan mendeskripsikannya agar dapat lebih mudah dipahami. Pada bagian akhir, penulis menarik kesimpulan dan memverifikasi data-data yang ada sebagai hasil dari penelitian.

1.9 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi ke dalam empat bab, diawali dengan

Bab 1 yang berisi latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan dan cakupan penelitian, tinjauan dari penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang terfokus pada konsep diplomasi gastro, argumen sementara, metode penelitian, dan rancangan sistematika pembahasan pada bab-bab selanjutnya. Kemudian,

Bab 2 berisi tentang gambaran umum kondisi politik domestik Turki dan respon internasional, kultur makanan Turki, dan dinamika diplomasi gastro Turki sebelum tahun 2017.

Bab 3 menjelaskan tentang peran diplomasi gastro Turki untuk membangun citra nasional pada tahun 2017-2022, dimulai dengan menjabarkan implementasi diplomasi gastro pada periode tersebut, hingga pengaruh diplomasi gastro terhadap citra nasional Turki.

Bab 4 akan memaparkan kesimpulan dan juga saran.

BAB 2

GAMBARAN UMUM

2.1 Referendum Konstitusi Turki Tahun 2017

Pada April 2017, masyarakat Turki melakukan pemungutan suara terkait perubahan konstitusi yang memberikan kekuasaan lebih besar bagi presiden dibanding sebelumnya. Sebelumnya, masyarakat diminta untuk memilih untuk menerima atau menolak perubahan sebanyak 76 pasal terhadap konstitusi Turki. Perubahan tersebut diajukan oleh Partai AKP, yang mana perubahan tersebut menyatakan tentang pengalihan sistem pemerintahan Turki yang semula parlementer menjadi presidensial eksekutif. Hasil pemungutan suara menunjukkan masyarakat setuju dengan perubahan terhadap konstitusi Turki, dengan jumlah suara mencapai 47,5 juta atau 51,4% dari total suara (Dewan, 2017).

Secara garis besar, terdapat beberapa perubahan utama dalam sistem pemerintahan Turki jika amandemen konstitusi berhasil dilaksanakan, yakni sebagai berikut.

a. Perubahan dalam Lembaga Eksekutif

Presiden Turki pada awalnya hanya memiliki kekuasaan simbolis sebagai kepala negara, yang mana dalam praktiknya, pemerintahan dipimpin oleh perdana menteri. Akan tetapi, amandemen akan memberikan kekuasaan eksekutif pada presiden, membuat presiden memiliki kekuatan penuh atas pemerintahan Turki dalam aspek-aspek tertentu. Dengan kata lain, kekuatan presiden di Turki tidak lagi hanya seremonial, tetapi ia akan secara resmi menjadi pemimpin pemerintahan Turki (Dewan, 2017). Berdasarkan hal

tersebut, tugas perdana menteri selanjutnya berada di bawah kendali presiden dan staf perdana menteri pun akan dibubarkan, yang kemudian mengubah sistem pemerintahan Turki dari yang semula parlementer menjadi presidensial (Ekim & Kirişci, 2017).

Di samping itu, presiden tidak lagi diharuskan untuk bersikap netral atau merepresentasikan negara secara menyeluruh. Amandemen membuat presiden memiliki hak untuk bergabung dalam partai politik sehingga presiden secara tidak langsung dapat hanya merepresentasikan partai politik pengusungnya. Hal ini membuat Erdogan dapat kembali bergabung dengan Partai AKP dan melanjutkan kepentingan partai tersebut sebagai presiden (Dewan, 2017). Presiden juga dapat mengeluarkan dekret, yang sebelumnya merupakan tanggung jawab dari kabinet. Walaupun demikian, presiden hanya dapat mengeluarkan dekret terkait hal-hal selain hak dasar dan hak asasi manusia. Di samping itu, dekret tidak dapat menggantikan hukum yang telah berlaku sebelumnya (Ekim & Kirişci, 2017). Kondisi-kondisi tersebut menunjukkan kekuasaan substansial yang akan dimiliki oleh presiden Turki jika amandemen berhasil dilakukan.

Dalam beberapa kondisi, parlemen dapat berperan sebagai badan pengawas bagi presiden, dimana parlemen berhak mengeluarkan peraturan atau hukum yang nilainya lebih kuat dibanding dekret presiden jika dekret tersebut dinilai tidak sesuai dengan hukum yang berlaku di Turki. Namun, dalam proses pengambilan keputusan di parlemen, diperlukan suara mayoritas absolut (50% + 1) agar suatu kebijakan dapat diloloskan. Jika partai pengusung presiden memiliki banyak jumlah kursi dalam parlemen, suara mayoritas absolut yang

mendukung presiden dapat dicapai dengan mudah. Dengan demikian, peran parlemen sebagai pengawas presiden pun tidak signifikan, kecuali partai presiden gagal mencapai suara mayoritas absolut dalam parlemen (Ekim & Kirişci, 2017).

Selanjutnya, presiden berhak untuk menunjuk satu atau lebih wakil presiden. Presiden juga memiliki wewenang untuk membentuk atau membubarkan kementerian, menunjuk atau menggantikan pejabat senior, yang mana semua staf tersebut independen dari pengawasan legislatif dan yudikatif. Dengan kata lain, seluruh staf yang ditunjuk oleh presiden bertanggung jawab penuh hanya kepada presiden (Ekim & Kirişci, 2017). Presiden secara tidak langsung juga memiliki kuasa atas sektor yudikatif di Turki. Hal tersebut karena berdasarkan amandemen, presiden berhak menunjuk 5 dari 13 anggota Mahkamah Agung, berbeda dengan kondisi pra-referendum, yang mana presiden hanya bisa menunjuk 4 dari 22 anggota Mahkamah Agung (Dewan, 2017).

b. Perubahan dalam Lembaga Legislatif

Berkaitan dengan semakin meningkatnya kekuasaan presiden Turki, peran tradisional parlemen untuk *check and balance* pun menjadi berkurang. Selain pengawasan terhadap presiden, parlemen juga tidak lagi dapat melakukan pengawasan terhadap menteri. Di samping itu, parlemen tidak lagi dapat menyampaikan kritik secara oral, melainkan hanya secara tertulis. Kondisi itupun hanya dapat dilakukan terhadap menteri dan wakil presiden, tetapi tidak terhadap presiden. Akibatnya, presiden memiliki kekuasaan yang

lebih tinggi dibanding lembaga legislatif, yang menjadi perubahan terbesar dalam sistem pemerintahan Turki pasca amandemen (Ekim & Kirişci, 2017).

Perubahan lainnya di sektor legislatif terletak pada proses pengambilan keputusan. Sebelumnya, parlemen dapat menyetujui rancangan undang-undang yang ditolak oleh presiden jika mendapatkan suara mayoritas dari kuorum. Kondisi tersebut selanjutnya mengurangi kapasitas pengambilan keputusan yang dimiliki oleh parlemen, atau dengan kata lain, amandemen akan menyulitkan parlemen dalam mengambil keputusan yang bertentangan dengan presiden (Ekim & Kirişci, 2017).

Di samping itu, proses pelengseran presiden pun semakin rumit untuk dilakukan. Dalam hal ini, parlemen membutuhkan suara mayoritas 3/5 untuk dapat mengajukan petisi terkait pelengseran presiden..

c. Perubahan dalam Lembaga Yudikatif

Amandemen konstitusi Turki pada tahun 2017 menunjukkan penguatan pengaruh presiden dalam lembaga yudikatif. Sebelumnya, presiden memiliki hak untuk menunjuk 4 dari 22 anggota Dewan Tinggi Hakim dan Jaksa, yang merupakan badan yang bertugas untuk memilih hakim dan jaksa baru, serta mengawasi promosi jabatan dalam lingkup hukum. Namun, berdasarkan amandemen konstitusi, jumlah anggota dewan tersebut dikurangi menjadi 13 anggota, dimana 4 di antaranya dipilih oleh presiden, sedangkan 7 yang lain dipilih oleh parlemen. Dari kesebelas anggota terpilih tersebut, dua anggota dewan yang lain merupakan menteri hukum dan wakilnya. Sesuai dengan ketentuan dalam amandemen itu pula, presiden berhak untuk menunjuk

menteri dan wakilnya, sehingga secara tidak langsung, terdapat enam anggota dewan yang merupakan pilihan presiden (Ekim & Kirişci, 2017).

Berdasarkan perubahan-perubahan tersebut, dikhawatirkan amandemen terhadap konstitusi justru membentuk sistem *one-man* pada pemerintahan Turki, karena diperkirakan Partai AKP dan Erdogan akan kembali memenangkan suara populer pada pemilihan umum yang selanjutnya. Sistem *one-man* yang terfokus pada Erdogan selanjutnya akan menginvalidasi lembaga legislatif dan yudikatif yang sebelumnya berjalan secara independen menjadi sepenuhnya bergantung pada keputusan presiden (Ekim & Kirişci, 2017). Dengan kata lain, amandemen tersebut dinilai membawa perubahan signifikan bagi politik dan sistem pemerintahan di Turki.

Presiden Erdogan sendiri menyatakan bahwa sistem tersebut diperlukan untuk mengantisipasi ancaman keamanan terhadap pemerintahan Turki, menilik adanya upaya kudeta pemerintahan pada tahun 2016, serta untuk menghindari koalisi pemerintahan yang ringkih seperti periode-periode sebelumnya. Lebih lanjut, Erdogan menjelaskan bahwa sistem pemerintahan tersebut dapat membantu meminimalisir konflik yang muncul sebagai akibat dari pemberontakan masyarakat Kurdi, militan Islam, dan konflik sipil di Suriah (BBC, 2017).

Referendum konstitusi Turki pada tahun 2017 memicu respons yang berbeda-beda dari banyak pihak. Sebagian besar menyayangkan adanya referendum dalam pemerintahan Turki karena dinilai justru semakin memicu perpecahan dalam kondisi politik domestik Turki yang sejak awal dinilai tidak stabil. Pihak oposisi memandang bahwa Partai AKP melakukan kecurangan terhadap proses pemungutan suara yang berdampak pada disetujuinya ajuan perubahan konstitusi.

Di sisi lain, pihak-pihak yang menolak perubahan konstitusi tersebut mengaku menghadapi intimidasi dan ancaman. Bahkan, beberapa pendukung oposisi Erdogan yang melakukan demonstrasi terkait hasil pemungutan suara justru ditembak mati oleh aparat keamanan dengan alasan ancaman konflik kekerasan (BBC, 2017).

Masyarakat Turki sendiri menunjukkan kekhawatirannya akan perkembangan pemerintahan yang otoriter di Turki. Hal tersebut berkaitan dengan kudeta politik yang terjadi pada tahun 2016, dimana Perdana Menteri Binali Yildirim menginisiasi kudeta terhadap pemerintahan Erdogan. Erdogan merespons upaya kudeta tersebut dengan keras melalui serangan militer yang ditujukan kepada militer lawan dan masyarakat sipil yang terlibat dalam demonstrasi. Akibatnya, beberapa demonstran tertembak mati, dengan 6.000 orang lainnya ditangkap oleh aparat keamanan (BBC, 2016). Di samping itu, lebih dari 100.000 orang juga dihentikan dari pekerjaannya dengan tuduhan terlibat dalam penolakan terhadap pemerintahan Erdogan (BBC, 2017). Sebagian besar dari pihak tersebut diperkirakan merupakan anggota gerakan Fethullah Gulen yang dinilai terlibat dalam upaya kudeta terhadap pemerintahan Erdogan pada Juli 2016 (Shaheen, 2017).

Menanggapi kondisi tersebut, pengamat hak asasi manusia dan demokrasi internasional menyatakan bahwa upaya referendum tersebut dilakukan dengan tidak adil. Hal tersebut ditandai dengan tidak seimbangannya pemberitaan media terkait kampanye penolakan terhadap referendum, dan sebaliknya, media banyak memberikan informasi yang mendukung referendum tersebut. Tidak hanya

manipulasi, kondisi tersebut juga menunjukkan pelanggaran serius terhadap hukum yang berlaku di Turki (Dewan, 2017).

Sebagai respons atas ketidakstabilan domestik yang muncul pasca referendum, Erdogan menyatakan bahwa masyarakat harus menghormati hasil pemungutan suara yang telah dicapai. Namun, dibandingkan dengan upaya untuk menenangkan respons masyarakat, Erdogan justru mengajukan kemungkinan referendum selanjutnya terkait pelaksanaan kembali hukuman mati bagi kriminal sebagai upaya penegakan hukum di Turki (BBC, 2017). Pernyataan Erdogan tersebut justru semakin menambah kekhawatiran masyarakat akan perubahan pemerintahan Turki ke arah yang lebih otoriter, yang selanjutnya memicu respons negatif dari aktor internasional. Sebagian menyayangkan keputusan masyarakat untuk mendukung amandemen konstitusi tersebut karena hal itu akan berdampak pada terbatasnya kebebasan fundamental individu dalam lingkungan politik.

Upaya Erdogan untuk mengonsolidasi kekuasaan dan melemahkan kekuatan oposisi semakin memperburuk kondisi demokrasi di Turki. Kekhawatiran masyarakat dibuktikan dengan Indeks Demokrasi Turki yang terus menurun sejak tahun 2012, yang mana tahun 2019 menunjukkan skor demokrasi terendah bagi Turki. Pada tahun 2012, Indeks Demokrasi Turki berada pada angka 5,76, yang selanjutnya terus menurun hingga pada tahun 2017, Indeks Demokrasi Turki mencapai angka 4,88 (The Economist 2018, 13). Skor tersebut mencapai tingkat terburuk pada tahun 2019 dengan angka 4,09 (The Economist 2020, 18), sebelum akhirnya meningkat kembali pada tahun 2020 menjadi 4,48 (Dierks 2023).

Lebih lanjut, pada data tahun 2017, Turki memiliki skor yang rendah dalam masing-masing kategori yang digunakan pada indeks tersebut. Dari skor maksimal

10, Turki mendapat skor 5,33 pada proses pemilihan umum dan pluralisme; 6,07 pada fungsionalitas pemerintah; 5,00 pada partisipasi politik; 5,63 pada budaya politik; dan 2,35 pada kebebasan sipil (The Economist 2018, 9). Kebebasan sipil di Turki termasuk salah satu yang paling rendah dibandingkan negara-negara lainnya. Kebebasan media, sebagai salah satu variabel dalam kebebasan sipil, memperoleh skor 0, menunjukkan bahwa media Turki dikendalikan penuh oleh pemerintah. Bahkan, Indeks Demokrasi Turki merupakan yang terburuk di Eropa Barat (Yunani merupakan negara di Eropa Barat dengan demokrasi terburuk dan berada di peringkat 38 global, sedangkan Turki berada di peringkat 100) (The Economist 2018, 22).

Banyak negara yang menunjukkan kekhawatirannya terhadap pemerintahan Turki pasca amandemen konstitusi berhasil dilakukan. Sebagai contoh adalah Iran dan Armenia yang menyatakan bahwa referendum di Turki menunjukkan polarisasi politik di negara tersebut, yang jika terjadi konflik domestik, dikhawatirkan akan menyebar hingga ke negara-negara sekitarnya. Yunani, yang sebelumnya pernah diduduki oleh Kekaisaran Ottoman, juga menyatakan hal yang serupa, yang mana Yunani menekankan pada kemungkinan terjadinya ketidakstabilan politik di Turki dan negara-negara sekitarnya (Shaheen, 2017). Di sisi lain, Juru Bicara Kementerian Luar Negeri Inggris menyinggung tentang kemungkinan penurunan praktik demokrasi di Turki jika amandemen berhasil dicapai. Dalam hal ini, ia menyatakan perlunya Turki untuk tetap mempertahankan nilai-nilai demokrasi dan menghormati hak-hak fundamental individu sesuai dengan komitmen internasional yang dimiliki oleh negara tersebut (Shaheen, 2017).

Jerman bahkan mengambil kebijakan yang lebih tegas terhadap Turki, salah satunya ditunjukkan dengan pernyataan Kanselor Angela Merkel untuk mempertimbangkan penerimaan Turki ke Uni Eropa karena Turki dinilai tidak mendukung penegakan hukum dengan adanya referendum tersebut. Bahkan, Jerman juga mempertimbangkan untuk mengevaluasi perdagangan antara Turki dan Jerman, serta mengimbau masyarakat Jerman untuk tidak berwisata ke Turki (Kulaksizoglu 2017). Selain Jerman, Amerika Serikat juga menerapkan kebijakan serupa dengan menghentikan layanan visa di fasilitas diplomatik Amerika Serikat di Turki sehingga masyarakat Turki tidak dapat mengunjungi Amerika Serikat. Dikhawatirkan, pendukung otorianisme Erdogan yang masuk ke Amerika Serikat akan membawa pengaruh buruk di negara tersebut (Aleem 2017).

Di Turki sendiri, pengaruh referendum dapat dilihat dari berkurangnya jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Turki dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2017, jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Turki hanya 32 juta orang. Angka tersebut cenderung rendah jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, yang mana wisatawan asing Turki dapat mencapai angka 35-36 juta orang (Dierks 2023). Penurunan paling besar terlihat pada jumlah wisatawan asal Jerman yang menurun hingga 30% dibanding tahun sebelumnya.

2.2 Budaya Kuliner Turki

Gastronomi merupakan salah satu aspek penting dalam budaya dan tradisi di Turki. Hal tersebut karena makanan tradisional Turki merupakan salah satu jenis kuliner yang paling beragam dan kaya di dunia. Posisi geografis Turki yang unik, ditambah dengan migrasi yang dilakukan oleh penduduk asli Turki dari Asia

Tengah ke Eropa, turut membentuk identitas dari gastronomi Turki. Cemal Sahin¹ menyatakan bahwa peradaban Lidya, Persia, Babil, dan Usmani berpengaruh besar terhadap budaya kuliner Turki.

“Faktor utama yang membuat makanan Turki menjadi terkenal seperti sekarang dikarenakan Turki merupakan jembatan Asia-Eropa. Semua peradaban yang ada selalu melewati Turki. Dari peradaban Lidya, Persia, Babil, Usmani. Maka dari itu, setiap negara meninggalkan makanan khas yang mereka bawa dari negara mereka sendiri, sehingga membuat makanan Turki menjadi campuran dari berbagai peradaban yang ada.” (Sahin 2023)

Di samping itu, flora dan fauna Turki yang beragam, dimana banyak di antaranya sulit atau tidak bisa ditemukan di wilayah lain, juga turut berkontribusi dalam ragam kuliner Turki. Banyaknya jenis makanan tradisional Turki membuat tiap wilayah Turki memiliki makanan khasnya masing-masing (Go Türkiye, n.d.). Cita rasanya yang khas, tetapi mudah diterima oleh masyarakat dari luar Turki, ini juga menjadi faktor popularitas ragam makanan tradisional Turki, dan juga menjadi salah satu faktor yang menarik untuk masyarakat dari luar Turki. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Cemal Sahin,

“... Selain itu, sayur-sayuran yang ada di daerah Turki juga sangat variatif. Di Turki sendiri kira-kira memiliki sekitar 400 tumbuhan yang tidak bisa hidup di tempat lain. Itu yang membuat ciri khas dari makanan Turki. Kebanyakan orang menjadi *gampang* terbiasa dengan makanan dan bumbu khas Turki.” (Sahin 2023)

Turki memandang makanan sebagai aspek yang penting dalam dialog antarkultur, sehingga Turki memiliki budaya makanan yang diterapkan dalam acara-acara tertentu. Sebagai contoh adalah budaya *beklik*, yaitu jamuan khusus yang umumnya digunakan pada pertemuan sebelum pernikahan, yang disajikan dari keluarga calon mempelai perempuan bagi keluarga calon mempelai laki-laki.

¹ Untuk memperoleh data primer, penulis melakukan wawancara terhadap Dr. Cemal Sahin, salah satu perwakilan dari Yunus Emre Institute pada Senin, 10 Juli 2023. Penulis tidak diperbolehkan untuk merekam proses wawancara tersebut.

Melengkapi budaya tersebut, terdapat pula *sohorluk*, yaitu hadiah yang diberikan oleh keluarga laki-laki terhadap keluarga perempuan pada saat Ramadan, yang berisi Baklava, kue kering, dan tel halva (Changoiwala, 2019). Pada acara pernikahan, menu wajib yang disajikan oleh masyarakat Turki adalah nasi, sayur-sayuran, kacang-kacangan, dan jus buah, yang disajikan bersama dengan menu utama yang terbuat dari daging. Selain itu, terdapat pula keskek (olahan daging yang dicampur dengan gandum), baklava, helva, dan zerde (makanan penutup yang berasal dari olahan gelatin dan diwarnai menggunakan kunyit) (Ministry of Culture and Tourism Republic of Turkiye, n.d.).

Pada dasarnya, Turki memiliki gastronomi yang berbeda di tiap wilayah, yang mana di bagian tengah Turki, makanan umumnya didominasi oleh olahan sayur, sedangkan di bagian Timur cenderung menggunakan bahan dasar daging. Namun, Cemal Sahin menyatakan bahwa bagi budaya gastronomi Turki, terdapat tiga wilayah utama, yaitu Istanbul, Gaziantep, dan Bursa. Ketiganya memiliki karakter kuliner yang berbeda.

“Ada tiga kota yang ada di Turki yang menjadi pusat makanan yang berbeda-beda. Istanbul, bisa disebut dengan kota makanan campur, yaitu asin ataupun manis; Gaziantep, bisa disebut kota makanan yang berfokus kepada manisan, contohnya baklava; Bursa, bisa disebut kota yang berfokus pada makanan dengan bahan baku daging.” (Sahin 2023)

Budaya kuliner di Istanbul dipengaruhi oleh posisi Istanbul sebagai ibukota pada masa Kekaisaran Ottoman. Kemajuan ekonomi, ditambah dengan populasi kota yang multikultural membuat Istanbul memiliki budaya kuliner yang beragam, mulai dari pengaruh peradaban Turki Asia Tengah, Seljuk, Arab-Persia, dan Byzantine. Hal tersebut juga didukung oleh kemudahan Istanbul dalam mengakses bahan makanan, karena posisinya sebagai pusat perdagangan Kekaisaran Ottoman.

Pasca perluasan perdagangan ke Eropa, jenis-jenis makanan di Istanbul pun semakin beragam karena masuknya bahan-bahan makanan dari negara lain. Secara garis besar, makanan tradisional Istanbul didominasi oleh olahan daging domba dan makanan manis sebagai efek dari impor gula dan madu dari Eropa (Samancı, n.d.).

Sama halnya dengan Istanbul, budaya kuliner di Bursa pun dipengaruhi oleh Kekaisaran Ottoman. Hal tersebut karena Bursa merupakan ibukota Ottoman sebelum akhirnya dipindah ke Istanbul. Bursa sendiri memiliki tanah yang subur sehingga produksi agrikultur dari wilayah tersebut cukup besar. Namun, kuliner khas Bursa justru didominasi oleh daging, yang mana Iskender Kebab merupakan makanan paling populer di Bursa. Selain itu, makanan khas Bursa lainnya yang populer adalah daging cincang dengan *pita*, *şıra* (jus yang berasal dari fermentasi buah anggur), dan *cantik* (kue dengan isian daging cincang) (Şengelen, 2022).

Di sisi lain, kuliner lokal Gaziantep terdiri dari kebab, bakso, olahan minyak zaitun, serta olahan yogurt. Makanan penutup merupakan aspek penting dalam budaya kuliner Gaziantep, sehingga Gaziantep memiliki berbagai jenis makanan penutup yang umum dikonsumsi oleh masyarakat, seperti puding beras, *semolina halva*, kue biji wijen, dan kue kering pistachio. Selain itu, terdapat pula minuman olahan yogurt, yaitu *ayran*, yang merupakan salah satu minuman populer di Gaziantep (Changoiwala, 2019). Pada akhirnya, Gaziantep pun menjadi salah satu bagian penting dalam budaya kuliner Turki karena keberagaman makanan dan minuman tradisionalnya yang diakui oleh secara internasional.

Pada tahun 2015, UNESCO menetapkan Gaziantep sebagai bagian dari Jaringan Kota Kreatif (*Creative Cities Network*) di bidang gastronomi. Kuliner tradisional Gaziantep diperkirakan merupakan perpaduan dari cita rasa Anatolia,

Mediterrania, serta Timur Tengah, dan dianggap sebagai kuliner dengan cita rasa terkaya di Turki. Bagi masyarakat Turki, Gaziantep memiliki budaya kuliner yang kaya karena rempah-rempahnya, seperti kunyit, jinten, dan lada hitam, merupakan jenis rempah yang hanya dapat tumbuh di beberapa wilayah saja, salah satunya adalah Gaziantep. Setidaknya terdapat 400 jenis makanan di Gaziantep, yang mana 291 di antaranya telah terdaftar secara resmi sebagai warisan budaya kuliner (Changoiwala, 2019).

Selain makanan, Turki juga memiliki minuman yang populer bagi masyarakat global, yaitu kopi. Kopi Turki, atau *Turk Kahvesi*, merupakan salah satu jenis kopi yang populer bagi penikmat kopi di dunia. Kopi sendiri pertama kali masuk ke Turki pada periode Kekaisaran Ottoman pada abad ke-16. Yang membuat kopi Turki menjadi unik adalah pemrosesannya yang tidak menggunakan pemanas elektrik. Bahkan, proses tersebut merupakan salah satu proses pembuatan kopi tertua di dunia, membuat kopi Turki memiliki daya tarik tersendiri. Kopi dipanaskan dengan menggunakan pasir, yang dinilai mempertahankan cita rasa asli dari biji kopi (TRT World, 2021).

Gambar 2. 1 Proses Penyajian Kopi Turki



Sumber: Yunus Emre Enstitüsü (YEE, 2021)

Popularitas kopi Turki di luar negeri tidak lepas dari peran diaspora Turki, salah satunya adalah Gizem Salgicil White yang dijuluki sebagai ‘*Turkish Coffee Lady*’. Ia berupaya untuk mempromosikan kopi Turki dengan menggunakan truk makanan dengan rute melalui berbagai negara, seperti Amerika Serikat, Kanada, dan Eropa. Dalam upayanya tersebut, White dibantu oleh diaspora Turki di masing-masing wilayah yang berkumpul untuk ikut serta dalam promosi yang dilakukan oleh White, hingga ia disebut sebagai *Turkish Coffee Lady* (Forman, 2023).

Pada 5 Desember 2013, UNESCO menetapkan kopi Turki sebagai salah satu warisan budaya dunia. Sejak itu, 5 Desember ditetapkan sebagai Hari Kopi Turki Dunia yang dirayakan oleh penikmat kopi, tidak hanya di Turki, tetapi juga di negara-negara lainnya. Penetapan kopi Turki sebagai warisan budaya oleh UNESCO dilakukan karena proses persiapan kopi yang dinilai unik, ditambah dengan kopi itu sendiri yang dianggap memiliki budaya komunal tradisional yang kaya. Penetapan tersebut merupakan hasil dari upaya Turkish Coffee Culture and Research Association yang mendaftarkan kopi Turki sebagai warisan budaya kepada UNESCO pada tahun 2008. Uniknya, kopi Turki menjadi satu-satunya minuman yang ada dalam daftar warisan budaya UNESCO, walaupun terdapat negara-negara lain yang memiliki budaya meminum kopi yang kuat, seperti Jerman dan Italia (TRT World, 2021).

Kondisi politik domestik yang tidak stabil, ditambah dengan adanya kritik internasional akan kemungkinan munculnya rezim Turki yang otoriter, mendorong Turki untuk memanfaatkan *soft power*-nya demi memperbaiki citra internasional negara tersebut. Hal tersebut didukung oleh popularitas kuliner khas Turki yang semakin meningkat, membuat gastronomi menjadi salah satu instrumen bagi

kebijakan luar negeri Turki. Dengan mempromosikan budaya Turki, diharapkan masyarakat di berbagai wilayah di luar Turki dapat mengenal Turki lebih jauh dan memperbaiki citra negatif yang ada terkait politik domestik Turki.

2.3 Diplomasi Gastro Turki Sebelum Tahun 2017

Diplomasi gastro merupakan hal yang baru dalam hubungan internasional di Turki. Sebagian besar diplomasi gastro Turki dilakukan dengan cara mempromosikan budaya kuliner Turki melalui festival budaya, baik di dalam Turki sendiri ataupun di luar negeri. Dalam festival tersebut, Turki tidak hanya menyajikan makanan dan minuman khas negara tersebut, tetapi juga budaya yang ada di balik pembuatan kuliner, termasuk di antaranya metode dan peralatan memasak. Dengan demikian, pengunjung pun dapat lebih mengenal budaya kuliner Turki, yang selanjutnya membuat pengunjung merasa lebih familiar dengan Turki sebagai negara.

Pentingnya gastronomi sebagai instrumen kebijakan luar negeri Turki salah satunya ditunjukkan dengan pembangunan museum yang ditujukan khusus untuk pameran budaya kuliner Turki. Pada tahun 2008, dibangun museum makanan di Gaziantep dengan nama Emine Gogus Cuisine Museum. Pembangunan museum tersebut ditujukan untuk menjaga dan menurunkan budaya kepada generasi-generasi selanjutnya sehingga budaya kuliner Turki tidak ditinggalkan. Di samping itu, wisatawan juga dapat mengunjungi museum tersebut untuk mengenal budaya kuliner Turki dengan lebih jelas. Walaupun terletak di Gaziantep, di museum tersebut tidak hanya ditunjukkan makanan khas Gaziantep, tetapi juga makanan khas Turki secara luas, mulai dari budaya kuliner dan budaya memasak, rempah-rempah khas Turki, dan peralatan memasak tradisional (Changoiwala, 2019).

Di samping pameran melalui museum, diplomasi juga dilaksanakan melalui festival budaya Turki di luar negeri. Pada Maret 2013, Kedutaan Besar Turki di New Delhi bekerja sama dengan Turkish Airlines mengadakan *Turkish Food Festival* untuk mempromosikan budaya kuliner Turki di India. Terlebih, kedua negara tersebut memiliki beberapa kesamaan dalam karakter makanannya. Dalam festival tersebut, Turki menyajikan beberapa makanan tradisionalnya, seperti shawarma, kebab, gullag, baklava, dan lokma. Di samping itu, disajikan pula beberapa makanan khas India yang disajikan dengan rempah yang lebih sedikit untuk menyesuaikan dengan cita rasa Turki (Parvez, 2013).

Pada tahun 2015, Festival Budaya dan Kuliner Turki pertama kali dilaksanakan di Brunei Darussalam. Acara tersebut diinisiasi oleh Kedutaan Besar Turki di Brunei Darussalam bekerja sama dengan Hotel Radisson. Festival tersebut menyajikan beberapa makanan khas Turki yang berasal dari berbagai wilayah, seperti kebab, baklava, gozlemes, dan manti, yang mana menu-menu tersebut disajikan secara bergantian dalam waktu yang berbeda sepanjang pelaksanaan festival pada 31 Oktober hingga 8 November 2015 (Lim, 2015).

Pada April 2015, The Raindrop Turkish House melaksanakan festival makanan bertajuk '*Turkish Food Festival*' di Arkansas, Amerika Serikat. The Raindrop Turkish House sendiri merupakan organisasi sosial non-profit yang dibentuk oleh diaspora Turki di Amerika dan beroperasi di delapan negara bagian, yaitu Arkansas, Kansas, Louisiana, Mississippi, New Mexico, Oklahoma, Tennessee, dan Texas. Dalam festival tersebut, disajikan beberapa makanan khas Turki, seperti doner kebab (potongan daging yang disajikan dalam contong roti), sarma (campuran anggur, kol, dan daun lobak yang digulung bersama isian daging),

dan baklava. Festival itu sendiri dilakukan dengan tujuan untuk mempromosikan keberagaman, dialog, dan rasa pertemanan antara diaspora Turki dengan penduduk lokal Amerika (Price, 2015). Bahkan, pada *Turkish Food Festival* tahun 2014, The Raindrop Turkish House mendonasikan sebagian makanan untuk membantu korban angin tornado, serta ke Bank Makanan Arkansas (Caplinger, 2014).

Diaspora Turki di Jacksonville, Florida, Amerika Serikat, juga melakukan hal serupa dengan tujuan untuk mempromosikan budaya Turki. Sejak tahun 2009, diaspora Turki di Jacksonville rutin mengadakan festival makanan dan budaya setiap satu tahun sekali. Setiap tahunnya, festival tersebut berhasil menarik perhatian lebih dari seribu pengunjung, baik dari diaspora Turki sendiri ataupun dari penduduk lokal Jacksonville. Di samping festival budaya, komunitas tersebut juga mengadakan *Dialogue Dinner* dengan tujuan untuk saling mengenalkan budaya dari audiens yang terlibat. Komunitas itu juga aktif memberikan donasi bagi bank makanan lokal (Weathersbee, 2009).

Di wilayah lain, misalnya di Los Angeles, Amerika Serikat, juga dilaksanakan festival budaya dan makanan Turki yang bertajuk *Anatolian Cultures and Food Festival*. Pasifica Institute, bekerja sama dengan California Turkish American Chamber of Commerce (CATA) dan Organization of Istanbul Armenians (OIA), telah melaksanakan festival tersebut sejak tahun 2009 dan merupakan festival budaya Turki terbesar di dunia (World Bulletin, 2010). Festival tersebut bertujuan untuk mengenalkan budaya Turki dan peradaban Anatolia kepada penduduk lokal Amerika, serta mempromosikan keragaman komunitas budaya Turki (Kalayci, 2013).

Dalam acara tersebut, pelaksana membangun replika kota-kota di Turki, seperti Istanbul dan Van, untuk semakin mengenalkan budaya Turki kepada pengunjung. Selain itu, acara tersebut diharapkan dapat mempromosikan dialog interkultural antara Turki dan latar belakang pengunjung dari festival itu. Setiap tahunnya, festival tersebut berhasil menarik pengunjung dalam jumlah besar, yakni sekitar 40.000 orang (OC Register, 2011). Pada replika Grand Bazaar Istanbul, terdapat lebih dari seratus bilik penjual yang memperdagangkan makanan dan kerajinan tangan khas Turki. Di bagian tersebut, pengunjung dapat juga dapat menikmati sajian kopi dan teh khas Turki yang merupakan warisan turun-temurun dari periode Kekaisaran Ottoman (Travel Costa Mesa, n.d.).

Lebih lanjut, sebanyak 99 jenis makanan khas Turki, termasuk di antaranya kebab, baklava, dan es krim Maras, disajikan dalam *Anatolian Cultures and Food Festival* (Travel Costa Mesa, n.d.). Selain itu, terdapat pula makanan-makanan lain seperti sarma, manti (pangsit dengan isian daging), simit (roti yang dibumbui dengan biji wijen), serta kopi khas Turki (Kalayci, 2013). Hakan Tekin, Konsulat Jenderal Turki di Los Angeles, menyatakan bahwa dengan adanya festival tersebut, diharapkan dapat mendorong masyarakat Amerika untuk mengunjungi Turki, serta menunjukkan budaya historis Turki yang beragam (World Bulletin, 2010).

Selain pengenalan gastronomi secara langsung, diplomasi gastro Turki juga dilakukan secara tidak langsung melalui penayangan drama serial *Elif* di 70 negara di seluruh dunia. Hingga tahun 2017, setidaknya *Elif* telah ditonton oleh lebih dari 250 juta orang. Dalam drama serial tersebut, disertakan berbagai jenis makanan tradisional Turki, membuat audiens dari negara lain pun familiar dengan makanan

Turki melalui penayangan drama serial itu (Yavuz, 2017). Hal ini sesuai dengan pernyataan Cemal Sahin,

“Faktor diplomasi yang dilakukan negara ini salah satunya melalui film, salah satunya yang ada di Indonesia yaitu *Elif*, dan (drama tersebut) memperkenalkan makanan Turki.” (Sahin 2023).

Diplomasi gastro Turki dilakukan dengan cara mengenalkan budaya kuliner Turki kepada audiens internasional. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman audiens terhadap keberagaman budaya yang ada. Selain itu, dengan mengenalkan budaya Turki dan menarik persepsi positif dari masyarakat melalui kuliner, diharapkan persepsi negatif terhadap Turki dapat berkurang. Di samping itu, dengan memahami budaya kuliner Turki, diharapkan masyarakat dari luar wilayah Turki dapat lebih terbuka dengan latar belakang Turki, beserta dengan karakter politik yang dibawa oleh negara tersebut. Dengan demikian, kuliner berperan sebagai jembatan komunikasi antara Turki dan audiens internasional sebagai bagian dari kebijakan luar negeri Turki.

BAB 3

PEMBAHASAN

3.1 Strategi Diplomasi Gastro Turki Tahun 2017-2022

Paul Rockower (2020, 209) menyebutkan terdapat tujuh jalur yang dapat digunakan dalam mengimplementasikan diplomasi gastro agar diplomasi tersebut berjalan dengan sukses. Dari ketujuh jalur tersebut, tiga di antaranya tidak dilakukan oleh Turki dalam implementasi diplomasi gastronya. Salah satu di antaranya, yaitu dengan cara mendukung makanan nasional tertentu agar diakui sebagai '*intangible cultural heritage of humanity*' oleh UNESCO, pernah dilakukan oleh pemerintah Turki pada tahun 2013, dibuktikan dengan ditetapkannya kopi Turki sebagai bagian dari warisan budaya. Akan tetapi, karena penetapan tersebut dilakukan di luar jangkauan waktu yang ditentukan oleh penulis, penulis tidak memasukkan pembahasan mengenai hal tersebut. Dengan demikian, hanya empat jalur yang akan dibahas dalam anak subbab selanjutnya.

3.1.1 Mempromosikan Kuliner dalam Acara Diplomasi Budaya

Terdapat beberapa strategi yang dilakukan oleh Turki dalam mengimplementasikan diplomasi gastronya, baik melalui festival budaya, acara diplomatik resmi, maupun dengan menggunakan sarana-sarana lainnya. Dalam acara-acara tersebut, umumnya Turki menyertakan berbagai jenis kuliner nasional dengan tujuan untuk mengenalkan gastronomi Turki kepada audiens. Salah satu acara diplomasi budaya resmi yang dilakukan oleh pemerintah Turki adalah Turkish Cuisine Week yang dilakukan setiap satu tahun sekali. Acara tersebut

dilaksanakan serentak di 81 provinsi di Turki, serta di luar negeri, seperti di kedutaan besar, konsulat, dan kantor-kantor representatif Turki lainnya.

Salah satu festival yang termasuk dalam Turkish Cuisine Week adalah Balikesir Gastronomy Festival yang dilaksanakan pada Mei 2022. Festival Balikesir menyajikan berbagai makanan khas Turki, seperti abugannuş, künefe, kaymak, dan sucuk. Dalam acara tersebut, Ibu Negara Emine Erdogan menyatakan pentingnya diplomasi gastro sebagai *soft power* utama yang dimiliki negara. Oleh karenanya, aktor-aktor di bidang gastronomi perlu untuk memanfaatkan kondisi tersebut, tidak hanya mempromosikan kuliner, tetapi juga mengenalkan Turki kepada audiens. Terlebih karena kuliner memiliki nilai budaya yang erat dengan histori dari negara (Daily Sabah, 2022).

Untuk mengakomodasi audiens yang tidak hadir secara langsung dalam Turkish Cuisine Week, Kementerian Budaya dan Pariwisata Turki mengelola situs resmi dengan judul serupa untuk mengenalkan makanan dan resep khas Turki. Dengan demikian, diplomasi pun tidak terbatas dilakukan pada audiens yang ada dalam acara tersebut, tetapi juga dapat menjangkau audiens yang berada di bagian dunia yang lain. Di samping itu, perusahaan penerbangan Turkish Airlines juga ikut serta dalam festival tersebut melalui penyajian sampel makanan Turki di ruang tunggu bandar udara di Istanbul, Bangkok, Miami, Moscow, dan Nairobi (Hurriyet, 2022).

Festival lain yang dilaksanakan oleh pemerintah Turki adalah Festival Gastroantep, yang merupakan festival gastronomi internasional pertama yang dilaksanakan di Kota Gaziantep oleh *Turkish Creative City of Gastronomy* mulai tahun 2018. Festival Gastroantep dilaksanakan dengan tujuan untuk

mengimplementasikan misi UNESCO Creative Cities Network (UCCN). Pada tahun 2019, Gastroantep kembali dilaksanakan di Gaziantep oleh Gaziantep Metropolitan Municipality dan Gaziantep Development Foundation. Walikota Gaziantep Fatma Sahin menyatakan bahwa gastronomi merupakan hal yang penting dalam diplomasi karena melalui makanan, isu-isu yang sulit dinegosiasikan pun lebih mudah untuk dibicarakan ketika individu menyantap hidangan tradisional bersama-sama. Lebih lanjut, Sahin menyatakan bahwa “*the road to the heart passes through the stomach*” yang secara tidak langsung menyatakan bahwa melalui makanan, individu dapat mempengaruhi perasaan, bahkan sudut pandang, pihak lain (Özbey, 2019).

Setelah dua tahun absen karena pandemi Covid-19, Festival Gastroantep kembali dilaksanakan pada tahun 2022. Dalam acara ini, Turki tidak lagi hanya terfokus pada penyajian makanan tradisional khususnya, tetapi juga mempresentasikan tentang sistem agrikultur perkotaan yang diterapkan oleh Turki. Di samping itu, perwakilan Turki juga menjelaskan tentang kebijakan pangan dan edukasi kuliner bagi audiens. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan keunggulan yang dimiliki oleh sistem pangan Turki, yang selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan kerja sama antara Turki dan audiens ataupun negara asal dari audiens tersebut (UNESCO, 2022).

Festival kuliner internasional juga dilaksanakan di wilayah Adana dengan judul “International Adana Flavour Festival”. Festival Adana diselenggarakan melalui kerja sama antara Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Turki dengan Gubernur Adana sejak tahun 2017. Festival tersebut secara rutin dilakukan sekali dalam setahun setiap bulan Oktober. Dalam festival ini, penyelenggara turut

mengundang koki-koki ternama dari negara lain yang nantinya akan menyajikan kuliner khas negaranya, tetapi dengan menambahkan bahan-bahan khas Turki (Sarsilmaz, 2019).

Pada Oktober 2022, festival tersebut dilaksanakan untuk keenam kalinya dan berhasil mendapatkan lebih dari setengah juta pengunjung, membuat festival tersebut menjadi festival gastronomi terbesar di Turki. Berbeda dengan festival kuliner Turki yang lain, Festival Adana difokuskan pada makanan khas Turki yang disajikan pada acara tertentu. Sebagai contoh adalah kaynar yang biasanya disajikan untuk perayaan kelahiran anak; diş hediği untuk perayaan tumbuh gigi pertama anak; dan lentil bulgur pilaf yang biasanya disajikan pada perayaan Idul Adha (Bilici, 2022).

Terdapat pula festival gastronomi GastroFest yang dilaksanakan sejak tahun 2021 di Konya. Pada September 2020, GastroFest dilaksanakan untuk ketiga kalinya di Konya dengan tujuan untuk meningkatkan pariwisata di wilayah tersebut. Acara dibuka oleh Ibu Negara Emine Erdogan bersama dengan Menteri Lingkungan, Urbanisasi, dan Perubahan Iklim Murat Kurum. Dalam acara tersebut, dikenalkan kuliner khas Turki, seperti roti Etli, sup okra, furun kebab, tidiri, pilaf, dan hoşmerim. Walikota Konya Uğur İbrahim Altay menyatakan bahwa festival makanan tersebut ditujukan untuk mempromosikan budaya makanan Konya, baik ke seluruh Turki ataupun ke dunia. Diperkirakan, acara tersebut didatangi oleh lebih dari 550.000 pengunjung yang berasal dari berbagai wilayah (Raily News, 2022).

Upaya Turki untuk melakukan diplomasi gastro tidak terbatas hanya di dalam negeri, tetapi juga di luar negeri. Pada September 2022, Ibu Negara Turki Emine Erdogan menyelenggarakan acara pertemuan dengan 15 ibu negara lainnya

dengan tajuk “*Sustainable and Healthy Turkish Cuisine*”. Acara yang dilaksanakan di Turkevi Center, New York, tersebut menyajikan berbagai makanan khas Turki, khususnya hidangan penutup. Melalui acara tersebut, Emine Erdogan menyatakan bahwa diplomasi gastro merupakan pilar utama dalam mempromosikan budaya dan kebijakan yang dimiliki oleh Turki. Lebih lanjut, ia menyebutkan bahwa budaya kuliner Turki menunjukkan keinginan Turki untuk mencapai perdamaian dan toleransi yang sesuai dengan nilai-nilai yang dapat diinterpretasikan dari praktik budaya kuliner Turki, salah satunya adalah *zero waste* (Oktay, 2022).

Diplomasi gastronomi Turki di luar negeri banyak dilakukan melalui acara-acara kebudayaan yang diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Turki ataupun Pusat Kebudayaan Turki di negara lain. Sebagai contoh adalah Istanbul Center, salah satu pusat kebudayaan Turki di Greenville, Amerika Serikat, yang menyelenggarakan Festival Makanan Turki setiap tahunnya sejak tahun 2016. Akif Aydin, Ketua Istanbul Center Greenville, menyatakan bahwa dengan mengenalkan beragam makanan Turki kepada masyarakat Greenville, hal itu akan meningkatkan kesadaran akan adanya perbedaan kultur. Lebih lanjut, Aydin menyebutkan bahwa acara tersebut dapat membantu masyarakat untuk memahami kondisi domestik Turki, dengan menjelaskan kasus pelanggaran hak asasi manusia yang banyak terjadi di Turki sebagai akibat dari konflik politik (Cooper, 2020).

Tidak hanya di Amerika Serikat, Festival Makanan Turki juga diselenggarakan di beberapa negara lain, seperti Jerman, Pakistan, India, bahkan Indonesia. Untuk mendukung data penelitian, penulis melakukan wawancara dengan Cemal Sahin, salah satu profesor dari Yunus Emre Institute yang merupakan Pusat Kebudayaan Turki di Indonesia. Cemal Sahin menyatakan bahwa

di Indonesia, Pusat Kebudayaan Turki juga kerap mengadakan acara jamuan tertentu bagi tamu yang datang. Acara tersebut dilakukan bersamaan pula dengan *Turkish Cuisine Week*.

“Salah satu upaya yang dilakukan Turki yang ada di Indonesia adalah di Pusat Kebudayaan Turki, yaitu ada satu minggu, pada setiap hari Turki menyajikan makanan yang berbeda-beda untuk diperkenalkan ke tamu yang ada. Salah satu contohnya makaroni, daging, susu, hingga manisan.” (Sahin 2023)

Selain Indonesia, Berlin, Jerman, menjadi salah satu kota dengan popularitas gastronomi Turki yang tinggi. Hal itu disebabkan oleh banyaknya migran dari Turki yang menetap di Jerman Barat, membuat penyebaran makanan khas Turki pun banyak dilakukan di wilayah tersebut. Bahkan, beberapa wilayah di Jerman disebut sebagai “*little Istanbul*” karena banyaknya representasi budaya Turki di wilayah itu, termasuk di antaranya adalah makanan. Kondisi itu membuat masyarakat Jerman, khususnya di Berlin, pun familiar dengan makanan Turki. Cemal Sahin menyatakan hal yang serupa, yang mana ia menyebutkan bahwa,

“Di ibukota Berlin, ada satu jalan yang penuh makanan Turki dan banyak turis yang datang di sana. Makanan mereka juga halal.” (Sahin 2023)

Pengenalan kuliner dalam acara diplomasi budaya merupakan salah satu strategi diplomasi yang paling mudah untuk dilakukan, tetapi memiliki pengaruh yang signifikan. Hal tersebut karena dengan mempresentasikan makanan khas Turki, audiens—yang tidak hanya berasal dari Turki, tetapi juga dari wilayah-wilayah lainnya—dapat mengenal kuliner nasional Turki secara langsung. Di samping itu, audiens juga dapat mencicipi makanan nasional Turki yang dibuat oleh penduduk Turki sendiri, sehingga cita rasa yang dialami oleh audiens masih otentik. Pengunjung juga dapat berinteraksi langsung dengan juru masak, pedagang, dan aktor-aktor lain yang terlibat dalam acara tersebut untuk mempromosikan

masakannya. Dengan kata lain, tidak hanya mengenalkan makanan khas Turki, aktivitas tersebut juga membangun jembatan interaksi antara pengunjung dengan pihak-pihak yang terlibat, khususnya yang berasal dari Turki sendiri.

3.1.2 Memfasilitasi Partisipasi Juru Masak dalam Aktivitas Pertukaran Budaya dan Diplomasi Budaya

Dalam acara diplomasi budaya, pemerintah Turki ataupun penyelenggara acara tidak hanya mengenalkan kuliner khas negara tersebut, tetapi juga melibatkan aktor-aktor yang benar-benar mengenal kuliner khas Turki, misalnya adalah juru masak. Acara diplomasi budaya umumnya juga melibatkan aktor-aktor kuliner dari negara lain. Dengan pandangan tersebut, adanya interaksi antara aktor yang berasal dari Turki dan dari negara lain dapat menciptakan *mutual understanding* melalui kegiatan pameran atau memasak bersama. Dengan demikian, tidak hanya mengenalkan makanan, keterlibatan aktor-aktor tersebut juga berkontribusi dalam meningkatkan interaksi dari individu yang berasal dari latar belakang tempat yang berbeda.

Sebagai contoh, dalam Festival Gastroantep yang dilaksanakan pada September 2018, banyak aktor-aktor dari sektor gastronomi dan ekonomi yang terlibat dalam festival tersebut, mulai dari juru masak, kritikus makanan, hingga pengusaha. Tidak hanya dari Turki, aktor-aktor tersebut juga berasal dari 40 negara lainnya dan bertujuan untuk mengenalkan budaya makanan khas negara masing-masing. Dalam acara ini, diperkirakan terdapat lebih dari satu juta pengunjung, dimana 200.000 orang di antaranya merupakan wisatawan mancanegara, yang

selanjutnya memberikan kesempatan bagi Turki untuk mempromosikan kuliner tradisionalnya (Özbey, 2019).

Festival lainnya yang melibatkan juru masak dari Turki adalah *International Adana Flavour Festival*. Dalam festival ini, koki-koki yang terlibat akan mempresentasikan kuliner khas negara masing-masing, tetapi dengan menggunakan perpaduan dari bahan makanan khas Turki. Hal tersebut ditujukan untuk mempresentasikan bahwa Turki memiliki cita rasa yang dapat menyatu dengan makanan lokal dari masing-masing negara. Selain berisi pameran makanan, Festival Adana juga menyediakan *workshop* dan sesi khusus bagi audiens untuk mencoba makanan yang disajikan (Sarsilmaz, 2019).

Festival gastronomi skala besar lainnya adalah Gastro Antalya. Gastro Antalya diselenggarakan oleh Mediterranean Chefs Club Association (ASKDER) yang didukung oleh Pemerintahan Kota Antalya. Acara ini melibatkan perwakilan industri gastronomi dari 24 negara dan 500 koki muda dari 29 negara yang selanjutnya akan menunjukkan kemampuan mereka dalam kompetisi memasak yang diadakan di festival tersebut (Antalya, 2022). Dalam kompetisi itu, peserta diharuskan menggunakan bahan dari produksi Antalya, misalnya jeruk. Selain itu, terdapat sesi *workshops*, wawancara, hingga sesi akademik (Sayfa, 2019).

Pada September 2021, Turki mengadakan International Istanbul Gastronomy Festival yang bertujuan untuk mengintegrasikan budaya gastronomi Turki dengan gastronomi internasional. Acara tersebut dilaksanakan oleh Turkey Cooks & Chefs Federation dan telah mencapai tahun ke-18. Dalam acara ini, koki dari berbagai negara akan berlomba untuk meraih medali dalam lebih dari 70 kategori memasak. Acara ini dianggap sebagai instrumen untuk meningkatkan

'*brand awareness*' terhadap kuliner Turki dengan mengenalkan kuliner-kuliner tersebut, tidak hanya kepada pengunjung, tetapi juga kepada peserta lainnya. Federasi Juru Masak Turki menyebut bahwa dalam histori pelaksanaan acara ini, mereka melihat peningkatan popularitas masakan atau bahan makanan tertentu yang dipresentasikan pada festival gastronomi tersebut (Mudassar n.d.).

Di luar negeri, Turki juga mengadakan beberapa acara kebudayaan yang melibatkan juru masak asal Turki. Sebagai contoh, Hotel Rosewood di Jeddah, Arab Saudi, mengadakan Festival Makanan Turki yang didukung oleh Konsulat Jenderal Fikret Ozer. Festival juga menampilkan *live cooking* yang dipimpin oleh chef Okan Aydemir dengan memfokuskan pada kuliner khas Turki, mulai dari Iskander kebab hingga es krim Dondurma (Arab News 2017). Pada Oktober 2018, Turkish Airlines mengadakan festival makanan yang bertepatan dengan perayaan *Turkish National Day* di Bangkok, Thailand. Acara tersebut menyajikan makanan khas Turki yang dibuat oleh salah satu koki populer asal Turki, yaitu Tolgar Mireli (137 Pillars 2018).

Pada Juni 2022, Kementerian Budaya dan Pariwisata Turki mensponsori keterlibatan juru masak asal Turki pada festival makanan di London dalam rangka memperingati *Turkish Days*. Dalam festival tersebut, beberapa koki asal Turki menunjukkan kemampuan memasaknya di *stand* yang telah disediakan oleh GoTurkiye. Pinar Ishakoglu, salah satu juru masak yang berasal dari Turki, menyajikan beberapa makanan khas dari negara tersebut, misalnya adalah Alinazik, sembari memberikan informasi terkait latar belakang dan nilai dari makanan itu. Ishakoglu menyebut bahwa alinazik menjadi salah satu makanan yang paling menarik perhatian pengunjung (Anadolu Agency 2022).

3.1.3 *Melibatkan Juru Masak dalam Proses Diplomatik Formal*

Tidak hanya dalam acara kebudayaan, Turki juga melangsungkan diplomasi gastronominya melalui acara diplomatik resmi dengan melibatkan juru masak asal Turki. Hal tersebut karena dalam acara diplomatik, umumnya terdapat jamuan makan yang menyajikan kuliner khas negara penyelenggara, dalam hal ini Turki. Dengan melibatkan juru masak asal Turki yang dinilai benar-benar memahami kuliner khas Turki, diharapkan cita rasa yang ingin disampaikan akan sesuai dengan budaya makanan yang selama ini ada di Turki.

Pada 27 Mei 2022, Kedutaan Besar Turki di New Delhi mengadakan Festival Makanan Turki di India dengan menyajikan makanan khas Turki yang dimasak oleh salah satu juru masak populer asal Turki, Erdal Agat. Dalam acara ini, Agat menyajikan beberapa kuliner nasional Turki yang resepnya dimasukkan ke dalam buku resep *Turkish Cuisine with Timeless Recipe* karya Emine Erdogan (Times of India 2022). Buku tersebut diterbitkan pada Mei 2022, bersamaan dengan pelaksanaan Turkish Cuisine Week. Penerbitan buku resep tersebut ditujukan untuk mempromosikan kekayaan budaya makanan Turki kepada masyarakat global. Di samping itu, dalam buku tersebut, ditunjukkan pula latar belakang budaya makanan Turki yang dimiliki secara turun-temurun, beserta budaya makan Turki yang sehat dan berkelanjutan (Presidency of the Republic of Turkiye, n.d.).

Gambar 3. 1 Buku Resep Emine Erdogan



Sumber: Presidency of the Republic of Turkiye (n.d.)

Buku resep karya Emine Erdogan tersebut berisi 218 resep makanan Turki yang sehat, tetapi tetap menyesuaikan dengan cita rasa tradisional Turki. Tidak hanya resep, buku tersebut juga menjelaskan tentang cara menyimpan makanan dan teknik memasak yang biasa digunakan di Turki (Presidency of the Republic of Turkiye, n.d.). Pada Desember 2022, buku resep tersebut termasuk ke dalam nominasi penghargaan *Gourmand World Cookbook Awards 2023*, yang mana salah satu nominasinya adalah dalam kategori ‘diplomasi gastro’. Acara penghargaan itu sendiri telah diselenggarakan sejak tahun 1995 dengan tujuan untuk meningkatkan peran buku resep sebagai instrumen komunikasi antar negara melalui gastronomi (Daily Sabah, 2022). Dengan demikian, terpilihnya buku resep milik Emine Erdogan menandakan pengaruh yang dimiliki gastronomi Turki dalam lingkup global.

Dihidangkannya kuliner-kuliner yang terdapat dalam buku resep tersebut cukup menarik perhatian pengunjung dibanding festival-festival pada umumnya. Pasalnya, buku resep tersebut tidak hanya menjabarkan resep-resep makanan khas

Turki, tetapi juga bagaimana teknik memasak dan cara menyimpan bahan makanan yang sehat berdasarkan budaya Turki. Karenanya, perhatian terhadap makanan khas Turki di acara tersebut pun semakin besar (Times of India 2022).

Festival makanan tersebut dihadiri oleh staf-staf perwakilan penting dari Turki dan India, termasuk di antaranya adalah duta besar dan diplomat. Duta Besar Turki untuk India, Firat Sunel, menyatakan bahwa makanan merupakan aspek penting dalam budaya suatu negara. Dengan kesamaan yang terdapat pada makanan Turki dan India, diharapkan kuliner khas Turki dapat lebih dinikmati oleh masyarakat India secara luas. Dengan demikian, kedekatan yang dicapai melalui familiaritas cita rasa tersebut diharapkan dapat membantu mempererat hubungan antara Turki dan India. Di samping itu, Sunel juga menyebutkan bahwa diharapkan masyarakat India dapat lebih terbuka dengan budaya dan kuliner Turki melalui festival makanan tersebut (Times of India 2022).

Di tahun yang sama, Turki juga mengadakan Festival Kuliner dan Budaya Turki di Brunei Darussalam. Acara ini dihadiri oleh Duta Besar Turki untuk Brunei Darussalam Hamit Ersoy dan Jaksa Agung Brunei Darussalam Dato Seri Paduka Haji Ahmad beserta staf-staf kenegaraan penting lainnya. Festival itu dilaksanakan bertepatan dengan 99 tahun Proklamasi Republik Turki, yang selanjutnya menandai hubungan diplomatik antara Turki dan Brunei Darussalam. Dalam festival tersebut, audiens dapat mencicipi makanan khas Turki yang disiapkan oleh juru masak Kedutaan Besar Turki, Adem Can (Faisal 2022).

3.1.1 Demonstrasi dan kelas memasak

Acara-acara kebudayaan yang melibatkan kuliner suatu negara umumnya tidak lepas dari aktivitas demonstrasi dan kelas memasak yang dilakukan oleh koki-koki yang terlibat dalam acara tersebut. Festival makanan yang dilaksanakan di Jeddah, Arab Saudi, pada Januari 2017 juga melibatkan aktivitas *live cooking* oleh koki-koki yang berasal dari Turki. Dengan demikian, pengunjung dapat secara langsung memahami budaya memasak Turki karena mereka melihat aktivitas tersebut secara langsung, sembari mencicipi aneka hidangan yang disediakan dalam bentuk *buffet* (Arab News 2017). Di sisi lain, aktivitas demonstrasi memasak juga dilakukan di acara Taste of London di Inggris, yang mana setiap tahunnya, koki asal Turki menunjukkan kemampuan kreatif mereka melalui demonstrasi memasak, mulai dari makanan hingga minuman khas Turki (T-Vine 2017).

Di Doha, Qatar, acara demonstrasi memasak juga pernah dilakukan oleh koki asal Turki dengan dukungan dari Turkish Airlines. Dalam acara demonstrasi tersebut, koki Turki memasak shawarma dengan daging domba, daging cincang bakar dengan gaya Ottoman, serta labu kukus dengan saus tahini (Rao 2017). Pada Desember 2021, salah satu koki asal Turki Sezai Zorlu, terlibat dalam acara 'Lambassador' yang diinisiasi berdasar kerja sama oleh Indonesia dan Australia. Dalam acara tersebut, Zorlu mendemonstrasikan cara memasak Adana Çorbasi, yaitu sup daging domba giling yang dimasak bersama dengan buncis dan daun mint. Dengan memasak makanan khas Kekaisaran Ottoman, Zorlu menyatakan harapannya agar pengunjung dapat merasakan menjadi sultan Ottoman, sehingga mereka dapat lebih memahami budaya Turki (Kitchensia 2021).

3.2 Peran Diplomasi Gastro Turki terhadap Citra Negara Pasca Referendum

Penelitian ini selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teori diplomasi gastro milik Paul Rockower untuk melihat peran dari strategi diplomasi gastro Turki terhadap citra negara pasca referendum tahun 2017. Rockower menyebutkan bahwa tujuan dari diplomasi gastro adalah untuk mengkomunikasikan warisan budaya suatu negara kepada audiens luar negeri. Lebih lanjut, ia menyebutkan jika diplomasi gastro merupakan usaha untuk mempengaruhi lingkungan internasional dengan menggunakan sumber daya kulturalnya, dalam hal ini makanan (Rockower, 2020, p. 207). Diplomasi gastro menggunakan cita rasa makanan nasional untuk meningkatkan kesadaran audiens internasional terhadap kultur yang unik dari suatu negara. Karena tujuannya untuk mempengaruhi audiens internasional, diplomasi gastro lebih banyak dilakukan terhadap masyarakat di luar negeri dibanding pemerintah.

Dalam beberapa tahun terakhir, diplomasi gastro menjadi salah satu instrumen diplomasi yang dinilai penting karena dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya terbatas pada aktor negara saja. Festival kuliner atau gastronomi yang diselenggarakan oleh negara dapat menjadi jembatan bagi wisatawan lokal dan mancanegara untuk berinteraksi dengan satu sama lain, bahkan dengan budaya yang dibawa oleh masing-masing individu (Davras & Özperçin, 2023, p. 451). Dengan kata lain, karena festival gastronomi tidak hanya terbatas pada interaksi dengan makanan yang disajikan oleh penyelenggara, festival gastronomi juga memberikan pengalaman lain—yang tidak selalu berkaitan dengan makanan—kepada pengunjung. Oleh karena itu, diplomasi gastro pun dapat

menjadi salah satu aspek yang berpengaruh terhadap persepsi audiens terhadap suatu negara.

Citra negara menjadi salah satu faktor penting yang mendorong tingkat pariwisata suatu negara. Citra berkaitan dengan kesan, prasangka, dan ekspektasi yang dimiliki oleh audiens terhadap suatu hal, dalam hal ini adalah negara. Destinasi wisata dengan citra yang positif dinilai lebih menarik bagi audiens. Di sisi lain, citra negatif dari negara dapat menghambat keinginan audiens untuk mengunjungi wilayah tersebut (Davras & Özperçin, 2023, p. 455). Sebagai contoh, jika negara destinasi tempat festival budaya diselenggarakan memiliki citra yang negatif, misalnya ditunjukkan dengan ketidakstabilan politik atau persepsi ketidakamanan untuk berkunjung ke negara tersebut, wisatawan pun tidak akan mengunjungi negara itu.

Dengan kata lain, beberapa aspek tersebut saling berkaitan. Diplomasi gastro dilakukan dengan menunjukkan bahwa suatu negara memiliki kondisi domestik yang ramah bagi wisatawan, yang selanjutnya berpengaruh terhadap citra positif negara, sehingga mempengaruhi peningkatan pariwisata negara. Sebaliknya, diplomasi gastro dilakukan untuk menarik wisatawan sehingga wisatawan pun dapat melihat gambaran positif dari suatu negara, yang kemudian berpengaruh terhadap citra negara tersebut di lingkup internasional. Dengan demikian, peningkatan atau penurunan pariwisata suatu negara dinilai menjadi salah satu aspek yang menandai perubahan citra nasional yang dimiliki negara.

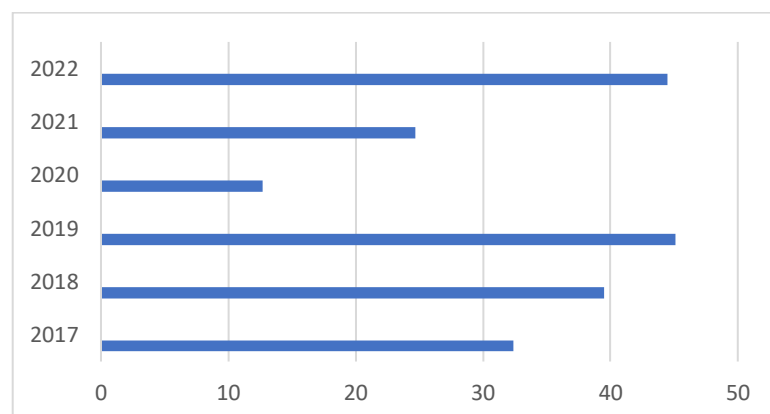
Pada penelitian ini, diplomasi gastro tidak hanya terfokus pada penyajian ragam makanan yang selanjutnya menarik minat pengunjung dari berbagai negara, tetapi diplomasi gastro juga dilakukan dengan mempromosikan kultur Turki dengan

menunjukkan budaya kuliner, sistem pangan, dan lain-lain. Kualitas dari festival gastronomi yang dilakukan oleh Turki dapat berpengaruh terhadap persepsi audiens terhadap Turki, yang mana kualitas acara yang baik akan memberi kesan positif bagi audiens, dan sebaliknya (Davras & Özperçin, 2023, p. 460). Cemal Sahin menyatakan bahwa kualitas festival yang baik mendorong peningkatan wisatawan mancanegara untuk mempelajari jenis dan cara memasak makanan Turki.

“Pengaruhnya makanan ini besar ke keinginan turis untuk datang ke Turki. Mereka awalnya penasaran dengan makanan yang sering mereka lihat di film atau internet, terus lama-lama *pengen* mengenal makanan Turki lainnya. Karena itu banyak yang memutuskan untuk ke Turki. Sampai saat ini, banyak wisatawan dari mancanegara datang ke Turki hanya untuk belajar dengan *chef* (untuk) masak makanan Turki.” (Sahin 2023)

Pernyataan Cemal Sahin dibuktikan dengan grafik peningkatan kedatangan wisatawan asing di Turki pada periode tahun 2017-2022. Setelah sempat mengalami penurunan pada tahun 2016 sebagai akibat dari upaya kudeta politik, sektor pariwisata Turki kembali meningkat pada tahun 2017. Tahun 2020 menunjukkan penurunan tajam dari jumlah wisatawan asing yang disebabkan oleh pembatasan perjalanan akibat pandemi Covid-19 (Dierks, 2023).

Gambar 3. 2 Jumlah Wisatawan Asing di Turki Tahun 2017-2022 (dalam juta)



Sumber: Dierks (2023, diolah oleh penulis)

Diplomasi gastro memberikan dampak positif pada citra nasional Turki yang sempat menurun pasca kudeta politik tahun 2016, yang diperburuk dengan referendum yang terjadi pada tahun 2017. Referendum pada dasarnya tidak berdampak langsung pada wisatawan asing, tetapi konflik politik yang mengikuti referendum sebagai akibat dari pertentangan pendapat dinilai membahayakan bagi wisatawan, bahkan bagi masyarakat Turki sendiri. Hal itu membuat citra Turki sebagai destinasi wisata menjadi buruk, sehingga mengurangi jumlah kedatangan wisatawan asing (Coffey, 2017).

Namun, diplomasi gastro lambat laun memberikan dampak positif bagi citra Turki, yang mana banyak audiens menyatakan bahwa sektor industri makanan Turki memiliki layanan yang baik dan ramah, serta harga yang terjangkau, membuat audiens memiliki persepsi positif terhadap Turki, tetapi tetap dengan meningkatkan kesadaran mereka akan situasi yang nyata terjadi di domestik Turki (Coffey, 2017). Hal ini sesuai dengan pernyataan Cemal Sahin, yang menyebutkan bahwa melalui diplomasi gastro dalam bentuk penyelenggaraan festival, Turki dapat menunjukkan sisi kultur positif Turki yang selanjutnya membentuk persepsi audiens terhadap Turki.

“Tidak bisa dipungkiri kalau makanan ini ada efeknya ke politik karena dalam setiap jamuan pasti ada makanan khasnya Turki, jadi tamu-tamu yang datang bisa mencicipi makanan itu. Terus kalau di acara-acara di kedubes gitu ‘kan ada penampilan budaya juga, dari tari-tarian sampai cara masak, itu juga jadi sarana buat mengenalkan budaya Turki ke tamu. Ditunjukkan yang bagus-bagus, agar mereka senang sama Turki. Kalau mereka suka sama Turki, turis pun bertambah. Bisa jadi mereka juga ikut beli produk-produk asal Turki di masa mendatang.” (Sahin 2023)

Melalui diplomasi gastro, Turki berupaya untuk menunjukkan budayanya yang multikultural dengan menitikberatkan pada budaya kuliner. Khususnya terhadap audiens Eropa, Turki ingin mempresentasikan budaya kulinernya yang

mirip dengan budaya kuliner Eropa, tetapi tetap dengan keunikannya sendiri. Dalam hal ini, Turki menyatakan bahwa budaya kulinernya dipengaruhi oleh Kekaisaran Byzantine, yang berpengaruh besar terhadap perkembangan budaya Eropa, dan Kekaisaran Ottoman (Karaosmanoglu, 2007, p. 445). Posisi ini menjadi penting pasca referendum tahun 2017. Hal tersebut karena negara-negara Eropa mengkhawatirkan pertumbuhan otoritarianisme yang mungkin terjadi di Turki, yang selanjutnya akan mengurangi nilai-nilai demokrasi.

Di samping itu, Eropa juga mengkhawatirkan perluasan konflik politik domestik Turki ke negara-negara sekitarnya. Dengan menunjukkan kedekatan Turki dengan Eropa melalui gastronomi, Turki secara tidak langsung berupaya untuk mempertahankan persepsi ‘kedekatan’ Turki dengan Eropa (Karaosmanoglu, 2007). Upaya tersebut dinilai berhasil dengan meningkatnya wisatawan Eropa ke Turki sejak tahun 2017, padahal sebelumnya beberapa negara mengeluarkan larangan wisata ke Turki bagi penduduknya. Kondisi itu menunjukkan bahwa diplomasi gastro memiliki pengaruh positif terhadap citra Turki di mata internasional.

“Kalau pendapat orang jelek tentang Turki, lewat makanan ini mereka bisa merasa tetap cocok dengan Turki karena makanannya. Walaupun kadang punya sudut pandang politik yang berbeda, makanan dapat menyatukan orang yang berbeda-beda itu jadi satu.” (Sahin 2023)

Salah satu negara Eropa yang mengalami peningkatan jumlah wisatawan di Turki adalah Jerman. Walaupun konflik politik domestik Turki memberikan ancaman bagi masyarakat hingga German Federal Foreign Office mengeluarkan larangan bagi penduduk Jerman untuk berwisata ke Turki, jumlah wisatawan Jerman di Turki masih menjadi salah satu yang terbanyak. Setiap tahunnya, jumlah wisatawan Jerman di Turki mencapai 10% dari total wisatawan asing. Pada tahun

2018, jumlah wisatawan Jerman mencapai 4,5 juta orang (Celebi, 2019). Masyarakat Jerman menyatakan bahwa tidak seharusnya kondisi politik mempengaruhi sektor pariwisata, terlebih ketika wisatawan Jerman merasa bahwa mereka mendapatkan layanan yang baik dari Turki pada acara-acara kebudayaan Turki di Jerman (Celebi, 2019). Hal itu kemudian mendorong keinginan masyarakat Jerman untuk mengunjungi Turki secara langsung.

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat dilihat bahwa diplomasi gastro memiliki dampak positif terhadap perubahan citra nasional Turki di mata internasional. Bahkan, dampak tersebut juga berlaku pada negara yang semula memiliki persepsi negatif terhadap Turki. Dengan budaya kuliner yang multikultural, Turki berupaya menunjukkan bahwa Turki dan negara-negara lain, khususnya Eropa, merupakan negara dengan latar belakang budaya yang mirip, menjadikan Turki seolah bagian dari kelompok mereka. Turki juga menunjukkan bahwa ia memiliki budaya kuliner yang sehat, serta layanan yang ramah melalui festival-festival kebudayaan yang dilaksanakan di luar negeri. Dengan demikian, kondisi itu dapat membentuk persepsi positif pada masyarakat sipil yang mendatangi acara-acara itu. Dengan demikian, diplomasi gastro pun berpengaruh signifikan pada perubahan citra nasional Turki di mata internasional, khususnya pasca referendum tahun 2017.

BAB 4

PENUTUP

Gastronomi merupakan salah satu instrumen diplomasi yang banyak digunakan dalam beberapa dekade terakhir. Hal tersebut karena gastronomi berkaitan dengan budaya kuliner yang merupakan bagian dari kultur suatu negara. Dengan menggunakan gastronomi, negara dapat mempromosikan kultur negaranya sembari berupaya mempengaruhi lingkungan internasionalnya melalui kultur makanan tersebut. Penelitian ini selanjutnya membahas tentang peran diplomasi gastro Turki terhadap citra negaranya pasca referendum tahun 2017. Secara garis besar, referendum memunculkan persepsi buruk bagi masyarakat dari luar wilayah Turki terhadap Turki yang menganggap bahwa negara tersebut akan berubah menjadi negara otoriter. Di samping itu, referendum memicu konflik politik domestik antara pemerintah dan oposisi, yang menimbulkan kesan buruk terkait pelanggaran HAM di Turki. Oleh karenanya, perlu dilihat bagaimana peran diplomasi gastro dalam mengubah citra nasional Turki.

Analisis dilakukan menggunakan teori diplomasi gastro milik Paul Rockower. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi gastro Turki berperan dalam menunjukkan budaya Turki yang multikultural dan ramah terhadap perbedaan. Khususnya terhadap Eropa, Turki berupaya menunjukkan kedekatan latar belakang budayanya dengan negara-negara Eropa yang sempat memiliki pandangan negatif terkait referendum Turki. Dengan aspek kedekatan kultural tersebut, Turki dapat mempengaruhi pandangan masyarakat Eropa terhadap Turki. Di sisi lain, melalui festival ataupun promosi yang dilakukan melalui media

informasi, Turki juga berupaya menunjukkan bahwa selain Turki memiliki kuliner yang beragam, Turki juga memiliki budaya kuliner yang unik dan ramah. Hal itu membuat audiens merasa bahwa mereka diperlakukan dengan baik oleh Turki, sehingga mengubah persepsi negatif mereka terhadap Turki. Emine Erdogan pun menyatakan bahwa ia ingin menunjukkan budaya Turki yang damai dan toleran melalui kuliner. Dengan demikian, diplomasi gastro berperan positif terhadap citra nasional Turki pasca referendum tahun 2017.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Moleong, Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nye, Joseph S. 2011. *The Future of Power*. New York: Public Affairs.
- Rockower, Paul. 2020. "A Guide to Gastrodiplomacy." In *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, by Nancy Snow and Nicholas J. Cull, 205-212. New York: Routledge.

JURNAL

- Cook, Ian, and Philip Crang. 1996. "The world on a plate: culinary culture, displacement and geographical knowledges." *Journal of Material Culture* 1 (2).
- Davras, Özgür, and İsmail Özperçin. 2023. "The relationships of motivation, service quality, and behavioral intentions for gastronomy festival: the mediating role of destination image." *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* 15 (4): 451-464. doi:10.1080/19407963.2021.1968881.
- Donelli, Federico. 2019. "Persuading through Culture, Values, and Ideas: The Case of Turkey's Cultural Diplomacy." *Insight Turkey* 21 (3): 113-134. doi:10.25253/99.2019EV.04.
- İrigüler, Feray. 2021. "Exploring Residents' Perception on Gastronomic Tourism Development: A Study of International Urla Artichoke Festival." *International Journal of Contemporary Tourism Research* 5 (1): 77-86. doi:10.30625/ijctr.834689".
- Karaosmanoglu, Defne. 2007. "Surviving the Global Market: Turkish Cuisine "Under Construction"." *Food Culture & Society* 10 (3): 425-448. doi:10.2752/155280107X239872.
- Lipscomb, Anna. 2019. "Culinary Relations: Gastrodiplomacy in Thailand, Taiwan, and South Korea." *The Yale Review of International Studies* 17-39. <http://yris.yira.org/wp-content/uploads/2020/03/yris-spring-issue-2019-final.pdf>.
- Nair, Bipithalal Balakrishnan. 2021. "Gastrodiplomacy in Tourism: 'Capturing Hearts and Minds through Stomachs'." *International Journal of Hospitality & Tourism Systems* 14 (1): 30-40.

- Nihayati, Arina, Elyana Ade Pertiwi, and Tri Inov Haripa. 2022. "The Analysis of South Korean Gastrodiplomacy Towards The Increase of South Korean Kimchi Export." *Journal of World Trade Studies* 6 (2): 53-66.
- Pham, Mary Jo A. 2013. "Food as Communication: A Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy." *Journal of International Service* 22 (1): 1-22.
- Sonenshine, Tara, Paul Rockower, Sam Chapple-Sokol, and Gary Weaver. 2016. *Culinary Diplomacy, Gastrodiplomacy, and Conflict Cuisine: Defining the Field*. Washington, D.C.: Stimson Center. <https://www.jstor.org/stable/resrep10919.6>.
- Suntikul, Wantanee. 2019. "Gastrodiplomacy in tourism." *Current Issues in Tourism* 22 (9): 1076-1094. doi:10.1080/13683500.2017.1363723.
- Trihartono, A., Purwowibowo, B. Santoso, F. Z. Pamungkas, and C. Nisya. 2020. "The early stage of Indonesia's gastrodiplomacy: in the middle of nowhere?" *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. doi:10.1088/1755-1315/485/1/012008.
- Zaelani, Rifkha Aulia Fazrianti, and Ahmad Sahide. 2021. "Promoting a Better Image through Culture: The Case of Turkey's Cultural Diplomacy towards Indonesia." *Journal of Islamic World and Politics* 5 (2): 236-251.

SITUS RESMI PEMERINTAH

- Go Türkiye. n.d. *festivals in Türkiye*. Accessed September 2, 2023. <https://festivals.goturkiye.com/festivals-in-turkiye>.
- Ministry of Culture and Tourism Republic of Türkiye. n.d. *Food and Beverages Peculiar to Special Days*. Accessed September 2, 2023. <https://www.ktb.gov.tr/EN-98794/food-and-beverages-peculiar-to-special-days.html>.
- Presidency of the Republic of Türkiye. 2022. *First Lady Erdoğan: "Cuisine is one of the most important elements of cultural heritage"*. September 21. Accessed Juli 24, 2023. <https://www.tccb.gov.tr/en/news/542/139771/first-lady-erdogan-cuisine-is-one-of-the-most-important-elements-of-cultural-heritage->.
- . n.d. *Turkish Cuisine with Timeless Recipes*. Accessed Agustus 6, 2023. <https://turkishcuisineweek.com/>.
- Sayfa, Ana. 2019. *Gastro Antalya 2019*. Accessed Oktober 25, 2023. <https://gastroantalya.com.tr/gastro2019.html>.

ARTIKEL DARING

- Abay, Emre G. 2018. *Russians show great interest in 'Turkey Festival'*. Agustus 12. Accessed Oktober 26, 2023. <https://www.aa.com.tr/en/culture-and-art/russians-show-great-interest-in-turkey-festival-/1229349>.
- Anadolu Agency. 2017. *Russia to host 3-day Turkish festival in Moscow*. Juni 15. Accessed Oktober 26, 2023. <https://www.dailysabah.com/life/2017/06/15/russia-to-host-3-day-turkish-festival-in-moscow>.
- Antalya. 2022. *GastroAntalya is Now Open: Professionals of the gastronomy world met*. November 17. Accessed Oktober 25, 2023. <https://antalya.com.tr/en/news/gastroantalya-is-now-open>.
- BBC. 2017. *Turkey referendum grants President Erdogan sweeping new powers*. April 16. Accessed September 5, 2023. <https://www.bbc.com/news/world-europe-39617700>.
- . 2017. *Turkey referendum: Key reactions*. April 17. Accessed Juli 26, 2023. <https://www.bbc.com/news/world-europe-39615403>.
- . 2016. *Turkey's coup attempt: What you need to know*. Juli 17. Accessed September 5, 2023. <https://www.bbc.com/news/world-europe-36816045>.
- Bilici, Piril. 2022. *Half a million people attend 6th Taste of Adana festival in Turkey*. Oktober 14. Accessed Agustus 6, 2023. <https://www.slowfood.com/half-a-million-people-attend-6th-taste-of-adana-festival-in-turkey/>.
- Caplinger, Elizabeth. 2014. *Raindrop House Helps Turkish-Americans Find Footing*. Juni 10. Accessed September 6, 2023. <https://www.ualrpublicradio.org/local-regional-news/2014-06-10/raindrop-house-helps-turkish-americans-find-footing>.
- Celebi, Selahattin Emre. 2019. *For German Tourists, Turkey is a Top Destination: An Interview with German and Turkish Travel Agencies*. April 10. Accessed Oktober 26, 2023. <https://politicstoday.org/for-german-tourists-turkey-is-a-top-destination-an-interview-with-german-and-turkish-travel-agencies/>.
- Changoiwala, Puja. 2019. *Gaziantep: The Little Known Culinary Paradise of Turkey*. Juli 23. Accessed September 2, 2023. <https://www.thequint.com/neon/gaziantep-the-little-known-culinary-paradise-of-italy#read-more#read-more>.
- Coffey, Helen. 2017. *Turkey referendum: What the result means for British holidaymakers*. April 18. Accessed Oktober 26, 2023. <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/turkey-referendum-result-holidays-tourism-president-erdogan-powers-dictatorship-a7689291.html>.

- Cooper, Alex. 2020. *Turkish Food Festival seeks to teach Greenville about Turkey's culture and cuisine*. Oktober 4. Accessed Oktober 25, 2023. <https://hizmetnews.com/25331/turkish-food-festival-seeks-to-teach-greenville-about-turkeys-culture-and-cuisine/>.
- Daily Sabah. 2022. *First lady's book on Turkish cuisine nominated for 2 awards*. Desember 5. Accessed Oktober 26, 2023. <https://www.dailysabah.com/arts/first-ladys-book-on-turkish-cuisine-nominated-for-2-awards/news>.
- . 2022. *Turkish Cuisine Week starts with Balikesir Gastronomy Festival*. Mei 21. Accessed Agustus 6, 2023. <https://www.dailysabah.com/life/turkish-cuisine-week-starts-with-balikesir-gastronomy-festival/news>.
- Dewan, Angela. 2017. *Turkey referendum: What happened and what comes next*. April 18. Accessed Juli 26, 2023. <https://edition.cnn.com/2017/04/17/europe/turkey-referendum-explainer/index.html>.
- Dierks, Zeynep. 2023. *Number of international tourist arrivals in Turkey 2000-2022*. Agustus 29. Accessed Oktober 26, 2023. <https://www.statista.com/statistics/707699/foreign-tourist-arrivals-in-turkey/>.
- Ekim, Sinan, and Kemal Kirişçi. 2017. *The Turkish constitutional referendum, explained*. April 13. Accessed September 4, 2023. <https://www.brookings.edu/articles/the-turkish-constitutional-referendum-explained/>.
- Forman, Johanna Mendelson. 2023. *On Turkish Coffee and Gastrodiplomacy*. Januari 3. Accessed Juli 26, 2023. <https://inkstickmedia.com/on-turkish-coffee-and-gastrodiplomacy/>.
- Hurriyet. 2022. *Local dishes introduced in Turkish Cuisine Week*. Mei 24. Accessed Agustus 6, 2023. <https://www.hurriyetaidailynews.com/local-dishes-introduced-in-turkish-cuisine-week-173992>.
- Kalayci, Sezai. 2013. *Fourth Anatolian Cultures and Food Festival in Los Angeles*. Mei 18. Accessed September 6, 2023. <https://hizmetnews.com/978/fourth-anatolian-cultures-and-food-festival-in-los-angeles/>.
- Lim, Thanis. 2015. *Radisson Hotel presents Turkish Culinary and Cultural Festival*. November 3. Accessed September 6, 2023. <http://www.thanislum.com/2015/11/radisson-hotel-presents-turkish.html>.
- OC Register. 2011. *Festival brings heritage of modern-day Turkey to O.C.* Oktober 6. Accessed September 6, 2023. <https://www.ocregister.com/2011/10/06/festival-brings-heritage-of-modern-day-turkey-to-oc/>.

- Okday, Mucahit. 2022. *Cuisine among most important elements of cultural heritage, says Turkish first lady*. September 21. Accessed Oktober 26, 2023. <https://www.aa.com.tr/en/culture/cuisine-among-most-important-elements-of-cultural-heritage-says-turkish-first-lady/2690937>.
- Özbey, İpek. 2019. *Gaziantep to shine with gastro-diplomacy*. September 2. Accessed Agustus 6, 2023. <https://www.hurriyetdailynews.com/gaziantep-to-shine-with-gastro-diplomacy-146236>.
- Parasecoli, Fabio. 2022. *How Countries Use Food to Win Friends and Influence People*. Agustus 20. Accessed Mei 21, 2023. <https://foreignpolicy.com/2022/08/20/food-diplomacy-countries-identity-culture-marketing-gastrodiplomacy-gastronativism/>.
- Parvez, Subuhi. 2013. *Turkish cuisine anyone?* Maret 24. Accessed September 6, 2023. <https://www.hindustantimes.com/india/turkish-cuisine-anyone/story-e44HtDdEYv5oc9GD9bXoeO.html>.
- Price, Joseph. 2015. *Turkish Food Festival features kebabs, baklava, more*. April 16. Accessed September 6, 2023. <https://www.arkansasonline.com/news/2015/apr/16/turkish-food-festival-features-kebabs-baklava-more/>.
- Railly News. 2022. *Konya Gastrofest Hosted 4 Thousand Taste Enthusiasts in 550 Days*. September 5. Accessed Agustus 6, 2023. <https://railynews.com/2022/09/konya-gastrofest-4-gunde-550-bin-lezzet-tutkununu-agirladi/>.
- Ramanathan, Lavanya. 2012. *Turkish coffee truck hands out*. September 18. Accessed September 7, 2023. https://www.washingtonpost.com/blogs/going-out-gurus/post/turkish-coffee-on-the-house-today-in-dc/2012/09/17/97503964-00f0-11e2-b260-32f4a8db9b7e_blog.html.
- Rockower, Paul. 2010. *Korean Tacos and Kimchi Diplomacy*. Maret 25. Accessed Mei 21, 2023. <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/korean-tacos-and-kimchi-diplomacy>.
- Samancı, Özge. n.d. *Culinary Culture in Istanbul in the Reform and Republican Eras*. Accessed Oktober 25, 2023. <https://istanbultarihi.ist/482-culinary-culture-in-istanbul-in-the-reform-and-republican-eras>.
- Sarsilmaz, Meltem. 2019. *Adana Delight Festival offers joyful culinary feast*. September 19. Accessed Oktober 23, 2023. <https://www.dailysabah.com/food/2019/09/19/adana-delight-festival-offers-joyful-culinary-feast>.
- Şengelen, Ozge. 2022. *Meatballs, pita, Turkish delight: Must-try Ottoman treats of Bursa*. November 22. Accessed Oktober 25, 2023.

<https://www.dailysabah.com/life/food/meatballs-pita-turkish-delight-must-try-ottoman-treats-of-bursa>.

Shaheen, Kareem. 2017. *Turkey vote curtailed fundamental freedoms, say European observers*. April 17. Accessed September 6, 2023. <https://theguardian.com/world/2017/apr/17/turkey-vote-referendum-curtailed-fundamental-freedoms-european-observers>.

The Economist. 2002. *Thailand's gastro-diplomacy: Like the cuisine, like the country*. Februari 21. Accessed Mei 21, 2023. <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy>.

Times of India. 2022. *Delhiites celebrate Turkish Food Festival by the Embassy of Turkey*. Mei 27. Accessed Oktober 25, 2023. <https://recipes.timesofindia.com/articles/features/delhiites-celebrate-turkish-food-festival-by-the-embassy-of-turkey/articleshow/91837891.cms>.

Travel Costa Mesa. n.d. *Anatolian Festival*. Accessed September 6, 2023. <https://www.travelcostamesa.com/play/recreation/events/anatolian-festival>.

TRT World. 2021. *Celebrating World Turkish Coffee Day*. Accessed September 7, 2023. <https://www.trtworld.com/magazine/celebrating-world-turkish-coffee-day-52319>.

UNESCO. 2022. *Gaziantep organized the 4th edition of the "Gastroantep International Gastronomy Festival"*. Accessed Oktober 24, 2023. <https://en.unesco.org/creative-cities/events/gaziantep-organized-4th-edition-gastroantep-international-gastronomy-festival>.

—. n.d. *Turkish coffee culture and tradition*. Accessed Juli 26, 2023. <https://ich.unesco.org/en/RL/turkish-coffee-culture-and-tradition-00645>.

Weathersbee, Tonyaa. 2009. *Turkish center hopes to spread peace in Jacksonville*. April 27. Accessed September 6, 2023. <https://www.jacksonville.com/story/lifestyle/2009/04/27/stub-216/15987705007/>.

World Bulletin. 2010. *Turkish culture-food festival starts in US California*. Mei 7. Accessed September 6, 2023. <https://www.worldbulletin.net/art-culture/turkish-culture-food-festival-starts-in-us-california-h58184.html>.

Yavuz, Seckin. 2017. *More Elif than Veronica as Chileans embrace Turkish soaps*. Maret 17. Accessed Oktober 25, 2023. <https://www.aa.com.tr/en/americas/more-elif-than-veronica-as-chileans-embrace-turkish-soaps/768375>.

YEE. 2021. *Turkish Coffee Day Celebrated Around the World*. Desember 16. Accessed September 7, 2023. <https://www.yee.org.tr/en/news/turkish-coffee-day-celebrated-around-world>.

Yildirim, Gokce. 2015. *Full Immersion at the First-Ever Istanbul Coffee Festival*. Januari 29. Accessed September 7, 2023. <https://sprudge.com/2014-istanbul-coffee-festival-barista-championship-69483.html>.

LAMPIRAN

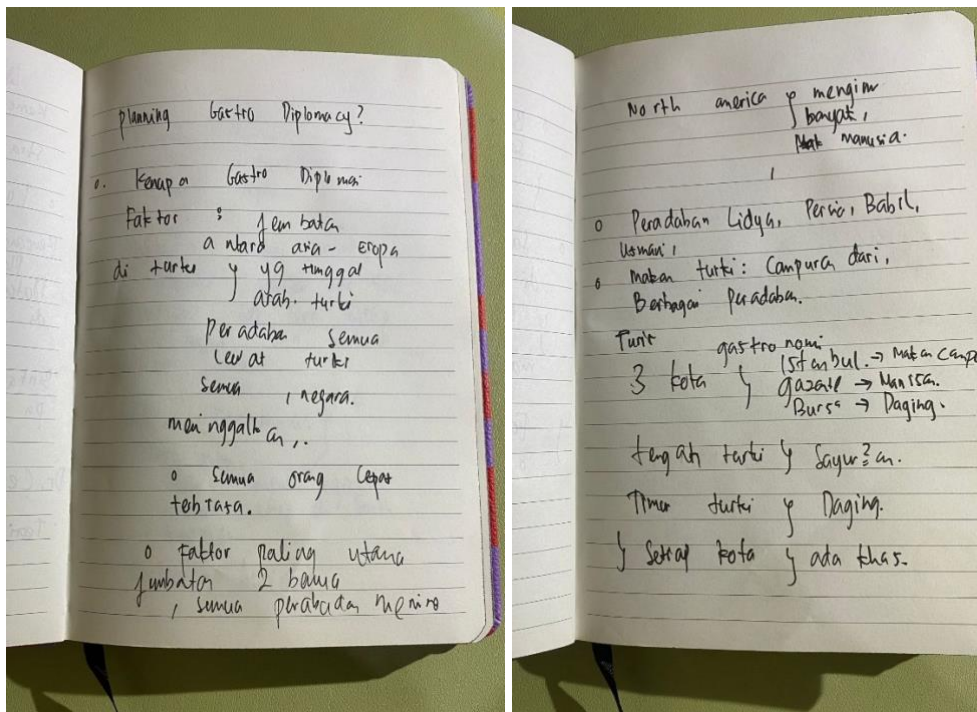
1. Transkrip Wawancara dengan Dr. Cemal Sahin (Senin, 10 Juli 2023)
 - a. Bagaimana perencanaan strategi pariwisata Turki?
 - Sampai saat ini, dari bulan Juli-Agustus berbagai turis dari mancanegara datang ke Turki hanya untuk belajar dengan chef masak makanan Turki.
 - Di ibu kota Berlin ada satu jalan yang penuh makanan Turki, dan banyak turis yang datang disana, dan terutama makanan mereka halal
 - Hingga Ibu Presiden Turki, Tenzile Erdogan memiliki buku yang berisi resep-resep makanan Turki untuk diperkenalkan.
 - b. Mengapa diplomasi gastro Turki bisa tersebar luas ke seluruh negara?
 - Karena Faktor utama yang membuat makanan Turki menjadi terkenal seperti sekarang dikarenakan Turki merupakan jembatan Asia – Eropa, semua peradaban yang ada selalu melewati Turki, maka dari itu setiap negara meninggalkan makanan khas yang mereka bawa dari negara mereka sendiri.
 - Menurut Dr, Cemal Sahin juga makanan Turki memiliki rasa yang khas dan banyak orang yang gampang terbiasa dengan makanan dan bumbu Turki, juga memiliki ciri khas yang sangat Istimewa.
 - Sayur-sayuran yang ada di daerah Turki juga sangat amat variatif, di Turki sendiri memiliki sekitar 400 tumbuhan yang tidak bisa hidup ditempat lain, itu membuat khas dari makanan Turki.
 - Faktor Diplomasi yang dilakukan negara ini salah satunya melalui Film salah satunya yang ada di Indonesia yaitu Elif. Dan memperkenalkan makanan Turki
 - Turki juga banyak mengirim chef ke South America, hingga North Africa, untuk memperkenalkan makanan Turki.
 - Dari peradaban Lidya , Persia , Babil, Usmani. Dari semua peradaban itu membuat makanan Turki menjadi campuran dari berbagai peradaban yang ada.

- Ada 3 kota yang ada di Turki yang menjadi pusat makanan yang berbeda-beda: Istanbul – kota makanan campur (yang asin maupun manis), Gaziantep – kota makanan yang berfokus kepada manisan (cth: Baklava), Bursa – kota yang berfokus pada makanan daging.
 - Setiap kota di Turki memiliki khas masing-masing yang berbeda, contohnya di bagian tengah Turki berfokus kepada sayur-sayuran , timur Turki berfokus kepada daging.
 - Selalu adanya inovasi dalam makanan Turki.
 - Faktor lain juga karena orang Turki sudah tersebar luas di seluruh negara.
 - Turki juga menjadi tempat wisata yang berfokus kepada makanan hingga budayanya, faktor pertama karena makanan yang ada di Turki tergolong murah untuk turis.
 - Porsi makanan yang ada di Turki selalu besar alasan utamanya, karena rata-rata masyarakat Turki sangat pekerja keras dan orang Turki sangat suka jalan dibandingkan menggunakan kendaraan. Dan juga cuaca, Musim salju itu faktor yang membuat porsi makan mereka yang besar, untuk terpenuhi makanan pokoknya
 - Makanan pokok Turki menurut Dr.Cemal adalah roti, yang berbagai jenis, dari tipis, hingga tebal.
 - Salah satu upaya yang dilakukan Turki yang ada di Indonesia adalah di Pusat Kebudayaan Turki yaitu ada satu minggu, pada setiap hari Turki menyajikan makanan yang berbeda-beda untuk diperkenalkan ke tamu yang ada, salah satu contohnya Makaroni, Daging, Susu, hingga manisan.
 - Turki juga merupakan pelopor terbesar gandum, maka pasta yang dibuat di Turki juga merupakan salah satu pelopor yang cukup besar.
- c. Bagaimana pengaruh diplomasi gastro Turki terhadap negara?
- Pengaruhnya makanan ini besar ke keinginan turis untuk datang ke Turki. Mereka awalnya penasaran dengan makanan yang sering mereka lihat di film atau internet, terus lama-lama pengen mengenal makanan Turki lainnya. Karena itu banyak yang memutuskan untuk

ke Turki. Sampai saat ini, banyak wisatawan dari mancanegara datang ke Turki hanya untuk belajar dengan *chef*, masak makanan Turki.

- Tidak bisa dipungkiri kalau makanan ini ada efeknya ke politik karena dalam setiap jamuan pasti ada makanan khasnya Turki, jadi tamu-tamu yang datang bisa mencicipi makanan itu.
- Kalau di acara-acara di kedubes gitu 'kan ada penampilan budaya juga, dari tari-tarian sampai cara masak, itu juga jadi sarana buat mengenalkan budaya Turki ke tamu. Ditunjukkan yang bagus-bagus, agar mereka senang sama Turki.
- Kalau mereka suka sama Turki, turis pun bertambah. Bisa jadi mereka juga ikut beli produk-produk asal Turki di masa mendatang.
- Kalau pendapat orang jelek tentang Turki, lewat makanan ini mereka bisa merasa tetap cocok dengan Turki karena makanannya. Walaupun kadang punya sudut pandang politik yang berbeda, makanan dapat menyatukan orang yang berbeda-beda itu jadi satu.

2. Foto Catatan Hasil Wawancara



Wawancara Dr. Cemal
Kementrian Turki
Strategic planning tentang tourism
o Turki.
Pencapaian mereka dalam membangun
Planing yang Date Restoran Turki
di seluruh dunia.
Bintaro Pusat kebudayaan Turki
pa jo pemal.
y unis
Dr. Cemal Sahin Sahin.
Teori gastro diplomasi Turki.

o Bumbu Turki
sangat istimewa
} Timur Tengah.
o Sayuran sangat variatif
di Turki sekitar ada 400
} endemic tak bisa hidup
} ditempat lain, membuat
makanan Turki.
} Faktor Diplomasi }
o dari film,
Turki sangat ngirim
makanan Chef di South
America
(North Africa).

Juli - Agustus
o Turki. pusat makanan
karena murah,
pori makanan selalu besar,
dekatnya kelas, orang Turki jala.
Mauin Salju, Terasa dingin.
/ haru s makanan. banyak
makan. menjaga dingin.
makan pokok } roti }
} tipis, tebal, dll.
o Turkiye. Scholarship.
Januar - Februari.
o Turki Branding nya, tidak
perlu usaha yang besar.

Faktor lain: tereslar war
karena, orang Turki udah
tereslar. di seluruh negara.
/ Berlin, karena halal.
membuat populer makanan, Turki.
/ Ibu presiden Turki.

