

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang efektivitas gastro-diplomasi Korea Selatan dalam meningkatkan jumlah wisatawan Indonesia ke Korea Selatan. Gastro-diplomasi yang secara harfiah berarti penggunaan makanan sebagai salah satu alat untuk berdiplomasi dengan negara lain, telah dilakukan Korea Selatan sejak tahun 2009. Korea Selatan memulai praktek gastro-diplomasi sejak tahun 2009 melalui kampanye *Korean Cuisine to The World* atau yang lebih dikenal dengan diplomasi *kimchi*. *Kimchi* sendiri merupakan makanan turun temurun Korea Selatan yang namanya sudah banyak dikenal oleh masyarakat global. Pemerintah Korea Selatan juga telah mengeluarkan sejumlah program serta kebijakan yang digunakan untuk mempromosikan pariwisata Korea Selatan yang salah satunya melalui kuliner. Jumlah wisatawan yang berdatangan ke Korea Selatan juga semakin mengalami peningkatan dikarenakan banyaknya promosi pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan.

Skripsi ini bertujuan untuk membahas sejauh mana efektivitas gastro-diplomasi Korea Selatan dalam meningkatkan jumlah wisatawan Indonesia ke Korea Selatan. Terlebih dalam kurun waktu 2012 hingga 2017. Menjelaskan praktek-praktek di bidang gastro-diplomasi dan pariwisata. Kemudian menganalisa apa saja faktor-faktor utama serta pendukung dari peningkatan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan yang didasari dari praktek gastro-diplomasi Korea Selatan itu sendiri.

Kata kunci: Gastro-diplomasi, Korea Selatan, Pariwisata, Indonesia.

**EFFECTIVENESS OF SOUTH KOREA GASTRO-DIPLOMACY IN
IMPROVING THE NUMBER OF INDONESIAN TOURIST TO
SOUTH KOREA IN 2012-2017**

ABSTRACT

This thesis discusses the effectiveness of South Korean gastro-diplomacy in increasing the number of Indonesian tourists to South Korea. Gastro-diplomacy which literally means the use of food as one means to diplomacy with other countries, has been done by South Korea since 2009. South Korea started gastro-diplomacy practice since 2009 through the Korean Cuisine to The World campaign or better known as kimchi diplomacy. The South Korean government has also issued numbers of programs and policies used to promote South Korean tourism, one of which is through culinary. The number of tourists coming to South Korea is also increasing due to the number of tourism promotions made by the South Korean government

This thesis aims to discuss the extent to which the effectiveness of South Korean gastro-diplomacy in increasing the number of Indonesian tourists to South Korea. Especially in the period of 2012 to 2017. Describes practices in the field of gastro-diplomacy and tourism. Then to analyze what are the main factors and supporters of the increase of Indonesian tourists to South Korea based on South Korean gastro-diplomacy practice itself

Keyword: Gastro-diplomacy, South Korea, Tourism, Indonesia.