

Gastrodiplomasi Indonesia terhadap Arab Saudi melalui ekspor mi instan = Indonesian gastrodiplomacy to Saudi Arabia through instant noodle export

Almira Della, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20522515&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menganalisis fenomena meningkatnya permintaan produk mi instan Indonesia di Arab Saudi. Bahkan mi instan Indonesia menduduki peringkat pertama di antara produk mi atau pasta yang masuk ke pasar Arab Saudi. Penelitian ini berargumentasi bahwa mi instan Indonesia telah menjadi salah satu strategi gastrodiplomasi Indonesia di negara tersebut. Selanjutnya dengan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor pendorong (push factors) dan penarik (pull factors) masuknya mi instan Indonesia ke negara tersebut. Data kualitatif akan diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara dan studi literatur dengan memanfaatkan informasi digital dalam bahasa Indonesia dan bahasa Arab. Wawancara secara langsung dilakukan dengan pihak produsen mi instan di Jeddah untuk menganalisis push factors. Wawancara jarak jauh (e-interview) dilakukan menggunakan platform zoom meeting atau video-call dengan informan masyarakat Arab dan warga negara Indonesia yang tinggal di negara Arab Saudi. Wawancara jarak jauh ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan diterima dan populernya mie instan Indonesia di negara Arab. Data juga diperoleh melalui pengamatan terhadap informasi digital, salah satunya video iklan berbahasa Arab tentang mie instan Indonesia. Pengamatan ini bertujuan untuk mengetahui citra apa yang dibangun tentang mie instan Indonesia bagi masyarakat Arab. Temuan penelitian ini membuktikan argumentasi bahwa gastrodiplomasi melalui mie instan merupakan diplomasi budaya yang dapat menaikkan citra Indonesia dalam hubungannya dengan negara Arab Saudi.

.....This research analyzes the phenomenon of increasing demand for Indonesian instant noodle products in Saudi Arabia. In fact, Indonesian instant noodles are ranked first among noodle or pasta products entering the Saudi Arabian market. This research argues that Indonesian instant noodles have become one of Indonesia's gastrodiplomacy strategies in the country. Furthermore, using a descriptive qualitative method, this research will analyze the push factors and pull factors of the entry of Indonesian instant noodles into the country. Qualitative data will be obtained using interview techniques and literature studies by utilizing digital information in Indonesian and Arabic. Direct interviews were conducted with instant noodle producers in Jeddah to analyze push factors. Remote interviews (e-interviews) were conducted using the zoom meeting or video-call platform with informants from the Arab community and Indonesian citizens living in Saudi Arabia. These remote interviews were conducted to analyze the factors that led to the acceptance and popularity of Indonesian instant noodles in the Arab country. Data was also obtained through observation of digital information, one of which was an Arabic-language video advertisement about Indonesian instant noodles. This observation aims to find out what image is built about Indonesian instant noodles for the Arab community. The findings of this research will prove the argument that gastrodiplomacy through instant noodles is a cultural diplomacy that can improve Indonesia's image in its relationship with Saudi Arabia.