PARAMASASTRA
Vol. 12 No. 1 - Maret 2025
p-ISSN 2355-4126 e-ISSN 2527-8754
http://journal.unesa.ac.id/index.php/paramasastra

CHEAP CHEWSDAY AS A GASTRODIPLOMACY STRATEGY IN INTRODUCING INDONESIAN CULINARY AND CULTURE IN AUSTRALIA

Nanang Purwanto[1], Gatut Susanto[2], Ade Eka Anggraini[3]
[1]nanang.purwanto.2402158@students.um.ac.id,
[2]gatut.susanto.fs@um.ac.id
[3]ade.ekaanggraini.pasca@um.ac.id

ABSTRACT

This study explores Cheap Chewsday as a medium of gastrodiplomacy aimed at introducing Indonesian cuisine and culture to the Australian public. Through the participation of Indonesian students in Newcastle, this event serves as a platform to present traditional Indonesian dishes while fostering deep cross-cultural understanding. The findings indicate that Cheap Chewsday successfully attracts local participants interested in exploring the flavors and cultural significance behind Indonesian cuisine. Nevertheless, Indonesian students face challenges in adapting dishes to local preferences, such as modifying spice levels and incorporating accessible ingredients. Positive responses from local participants regarding the uniqueness of Indonesian cuisine suggest that this event effectively facilitates meaningful cultural interactions, enriching cultural awareness between the two communities. Additionally, Cheap Chewsday strengthens the cultural identity of Indonesian students, reinforcing their role as cultural ambassadors in promoting Indonesia abroad. This study concludes that Cheap Chewsday not only introduces Indonesian culinary heritage but also holds potential as a sustainable cultural diplomacy initiative, fostering appreciation of Indonesia's rich culture among the Australian community.
Key Words: Cheap Chewsday, Gastrodiplomacy, Indonesian Cuisine, Australia

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi acara *Cheap Chewsday* sebagai media gastrodiplomasi yang bertujuan memperkenalkan kuliner dan budaya Indonesia kepada masyarakat Australia. Melalui partisipasi mahasiswa Indonesia di Newcastle, acara ini berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan hidangan tradisional Indonesia sambil membangun pemahaman lintas budaya yang mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Cheap Chewsday* berhasil menarik minat peserta lokal yang termotivasi untuk mengeksplorasi cita rasa dan makna budaya di balik masakan Indonesia. Meski demikian, mahasiswa Indonesia menghadapi tantangan dalam menyajikan hidangan yang sesuai dengan preferensi lokal, seperti adaptasi tingkat kepedasan dan bahan rempah. Respons positif dari peserta lokal terhadap keunikan masakan Indonesia mengindikasikan bahwa acara ini efektif dalam menciptakan interaksi budaya yang bermakna, yang memperkaya pemahaman budaya di antara kedua komunitas. Selain itu, Cheap Chewsday turut memperkuat kesadaran identitas budaya mahasiswa Indonesia, memperteguh peran mereka sebagai agen budaya dalam mempromosikan Indonesia di luar negeri. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Cheap Chewsday* tidak hanya memperkenalkan kuliner Nusantara tetapi juga berpotensi sebagai sarana diplomasi budaya yang berkelanjutan, membangun apresiasi terhadap kekayaan budaya Indonesia di kalangan masyarakat Australia.
Kata Kunci: *Cheap Chewsday*, Gastrodiplomasi, Kuliner Indonesia, Australia

PARAMASASTRA
Vol. 12 No. 1 - Maret 2025
p-ISSN 2355-4126 e-ISSN 2527-8754
http://journal.unesa.ac.id/index.php/paramasastra

PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya kompleksitas isu-isu dalam hubungan internasional, aktivitas diplomasi diharapkan dapat berfungsi dengan lebih signifikan dan efektif demi kepentingan nasional. Alternatif diplomasi muncul dalam bentuk gastrodiplomasi, yaitu diplomasi budaya yang memanfaatkan makanan sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran suatu bangsa. Gastrodiplomasi merupakan bentuk diplomasi budaya yang semakin populer dalam beberapa dekade terakhir, di mana kuliner digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan budaya dan identitas suatu bangsa kepada dunia. Oleh karena itu, makanan telah berperan sebagai elemen krusial dalam diplomasi tradisional sejak zaman kuno (Zhang, 2015).

Gastrodiplomasi pertama kali diperkenalkan dalam publikasi The Economist pada tahun 2002, yang membahas keberhasilan pemerintah Thailand dalam menerapkan Gastrodiplomasi melalui program "*Kitchen of the World*" Program ini bertujuan untuk meningkatkan citra positif Thailand di mata publik internasional. Inisiatif yang dilaksanakan oleh warga negara Thailand ini terbukti sukses, dengan jumlah restoran Thailand meningkat dari 5.500 pada tahun 2002 menjadi 6.875 pada tahun 2003. Sebanyak 9% dari restoran tersebut berada di Amerika Serikat dan Kanada, 20% di Eropa, 15% di Australia dan Selandia Baru, 14% di Asia, dan 2% di negara lain, serta mencapai lebih dari 13.000 pada tahun 2009 (Fartiannur, 2018). Gastrodiplomasi merupakan bagian dari diplomasi publik yang memanfaatkan soft power. Menurut (Nye, 1990), soft power adalah kemampuan suatu negara untuk mencapai tujuannya melalui kekuatan persuasi yang bersumber dari budaya, ekonomi, dan diplomasi, bukan melalui paksaan terhadap publik asing. Salah satu cara bagi negara untuk memproyeksikan pengaruh mereka pada masyarakat negara lain adalah dengan menggunakan gastrodiplomasi (Rockower, 2012). Makanan adalah salah satu bentuk komunikasi nonverbal. Masakan juga menjadi sarana komunikasi bagi warga asing untuk lebih memahami budaya atau identitas suatu negara. Mempromosikan keragaman kuliner melalui gastrodiplomasi dapat menjadi alat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat internasional terhadap budaya suatu negara. Makanan dapat menjadi jembatan antara dua negara untuk menjadi lebih dekat dan memungkinkan terjadinya kerjasama (Adawiyah; Rais, 2023).

Menurut (Lipscomb, 2019), gastrodiplomasi berkaitan dengan upaya membangun citra suatu bangsa melalui kuliner, yang merupakan bagian dari perjuangan diplomasi budaya untuk meningkatkan saling pengertian antarbangsa, sehingga menjadikan makanan sebagai identitas nasional. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gastrodiplomasi tidak hanya sekadar aspek kuliner dan makanan. Lebih luas dari itu, sebagaimana diungkapkan oleh (Rockower, 2012), gastrodiplomasi merupakan suatu usaha untuk membangun citra dan posisi suatu bangsa demi terciptanya reputasi tertentu melalui kuliner. Menurut (Pujayanti, 2017), kuliner memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan budaya antara berbagai negara. Makanan tidak sekadar soal rasa, juga menyimpan sejarah, tradisi, dan nilai-nilai yang dapat memengaruhi cara pandang serta persepsi masyarakat luar terhadap negara asalnya.

Gastrodiplomasi telah lama dikenal dalam kajian hubungan internasional dan merupakan strategi jangka panjang yang bertujuan untuk membina hubungan budaya sekaligus memperkuat citra suatu negara. (Rockower, 2012) menyatakan bahwa pendekatan diplomasi ini kian diminati oleh negara-negara berdaya menengah (*middle power*) sebagai cara untuk mengembangkan citra nasional. Sejalan dengan pandangan tersebut, (Nye, 1990) menekankan bahwa strategi *soft power* ini bertujuan menarik perhatian publik global, sehingga mampu memperkuat pengenalan merek bangsa di kancah internasional. Oleh karena itu, pembangunan citra negara atau *state branding* menjadi aspek penting dalam membangun kepercayaan di antara masyarakat internasional (Shoelhi, 2011).

Dalam perkembangan hubungan internasional, tidak hanya dipandang sebagai interaksi antar pemerintah, tetapi juga sebagai interaksi antar masyarakat. Diplomasi tradisional yang hanya melibatkan aktor pemerintah dianggap tidak memadai dalam menyampaikan pesan diplomasi kepada suatu negara. Diplomasi kini tidak hanya berfokus pada pemerintah dan negara, tetapi juga beralih kepada aktor internasional yang memengaruhi pembuat kebijakan di negara tersebut, termasuk masyarakat setempat (Pujayanti, 2017).

Pelajar Indonesia dan Warga Negara Indonesia (WNI) di luar negeri dapat berperan sebagai aktor dalam praktik paradiplomasi. Dalam kehidupan sehari-hari,

pelajar Indonesia di luar negeri sering menjalankan peran diplomatik dengan memperkenalkan aspek sosial budaya Indonesia kepada masyarakat setempat. Tanpa disadari, kegiatan ini membentuk citra positif Indonesia di mata warga asing.

Oleh karena itu, strategi gastrodiplomasi sangat berperan untuk menarik minat masyarakat internasional untuk mengenal dan bersimpati kepada negara tersebut dengan lebih baik. Salahsatu contoh penerapan gastrodiplomasi dalam memperkenalkan budaya melalui kuliner adalah *Cheap Chewsday* yang bekerjasama dengan komunitas warga Indonesia yang berada Newcastle, Australia. Acara ini mengajak mahasiswa internasional dan komunitas lokal untuk berkumpul dan menikmati masakan dari berbagai negara, termasuk Indonesia. *Cheap Chewsday* adalah lebih dari sekadar acara makan bersama, tetapi sebuah ruang interaksi sosial yang memungkinkan peserta untuk belajar dan berbagi nilai-nilai budaya melalui hidangan kuliner.

Cheap Chewsday adalah acara bulanan yang diadakan setiap hari selasa pada awal bulan di Newcastle, Australia, di mana mahasiswa dari berbagai negara dan komunitas lokal dapat berkumpul, berbagi cerita, dan merayakan keragaman budaya melalui makanan. *Cheap Chewsday* diadakan oleh *Christian Students Uniting* (CSU) dengan dukungan Universitas Newcastle di Jesmond Park Uniting Church. Makanan dari berbagai negara, seperti India, Tiongkok, Indonesia, Irak, Bangladesh, dan Vietnam (www.csu.org.au, 2024). Setiap komunitas atau kelompok budaya bertanggung jawab untuk menyediakan makanan untuk setiap pertemuan, menyediakan variasi makanan yang menarik secara bergiliran setiap bulan (www.newcastle.edu.au, 2024)

Peserta dapat menikmati beberapa jenis hidangan dari negara tertentu dengan hanya menyumbangkan dua dolar Australia. Tujuan utama *Cheap Chewsday* adalah untuk memberi mahasiswa internasional lingkungan yang ramah dan mendukung, karena mereka seringkali menghadapi kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial dan budaya baru. Mahasiswa internasional merasa dihargai dan diterima ketika mereka hadir di acara ini oleh masyarakat lokal. Ini meningkatkan pengalaman tinggal dan belajar mereka di Newcastle (www.csu.org.au, 2024).

Cheap Chewsday juga menerima penghargaan *International Student Community Engagement Award* dari New South Wales pada 2015. Penghargaan ini diserahkan di Sydney Opera House. Penghargaan ini diberikan untuk kontribusi *Cheap Chewsday* dalam memperkuat hubungan komunitas antara mahasiswa internasional dan penduduk setempat serta kemampuan acara untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan dialog antarbudaya (www.newcastle.edu.au, 2024).

Acara ini tidak hanya menciptakan interaksi budaya, tetapi juga memberi mahasiswa kesempatan untuk berbagi cerita dan memperkenalkan budaya mereka melalui makanan. Mahasiswa internasional mengatakan bahwa *Cheap Chewsday* memberi mereka pengalaman yang unik di mana mereka dapat membangun persahabatan dengan warga lokal di Newcastle dan sesama mahasiswa internasional. Selain itu, program ini meningkatkan pemahaman mereka tentang budaya Australia, yang membuat adaptasi lebih mudah dan menyenangkan (www.insights.uca.org.au, 2024). Acara seperti Cheap Chewsday membantu mahasiswa internasional dan masyarakat lokal dengan mempelajari budaya lain. Interaksi seperti ini memperkuat hubungan sosial antara warga lokal dengan mahasiswa internasional di Newcastle dan meningkatkan pemahaman mereka tentang keberagaman.

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana *Cheap Chewsday* dapat berkontribusi dalam memperkenalkan kuliner dan budaya Indonesia di Australia, khususnya di kalangan mahasiswa internasional dan komunitas lokal di Newcastle. Di samping itu, studi ini juga berupaya untuk menganalisis efektivitas gastrodiplomasi melalui kuliner dalam memperdalam pemahaman antarbudaya. Penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan peran penting gastrodiplomasi dalam memperkuat hubungan antarbangsa, khususnya dalam konteks budaya dan pendidikan internasional. Seiring dengan meningkatnya mobilitas mahasiswa internasional, acara seperti *Cheap Chewsday* semakin penting sebagai cara untuk membangun pemahaman dan toleransi budaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-naratif untuk mengeksplorasi acara *Cheap Chewsday* sebagai strategi gastrodiplomasi dalam memperkenalkan kuliner dan budaya Indonesia di Newcastle, NSW, Australia. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman

PARAMASASTRA
Vol. 12 No. 1 - Maret 2025
p-ISSN 2355-4126 e-ISSN 2527-8754
http://journal.unesa.ac.id/index.php/paramasastra

dan perspektif partisipan secara mendalam, terutama dalam memahami bagaimana *Cheap Chewsday* memfasilitasi interaksi budaya antara masyarakat Indonesia dan Australia di Newcastle. Penelitian ini melibatkan mahasiswa Indonesia yang berpartisipasi aktif dalam *Cheap Chewsday* serta masyarakat lokal di Newcastle yang menghadiri acara ini. Sebanyak 5 mahasiswa Indonesia dan 5 peserta lokal diwawancarai untuk mengungkap motivasi, pengalaman, serta persepsi mereka terhadap *Cheap Chewsday* sebagai bentuk gastrodiplomasi.

Data dikumpulkan melalui metode wawancara mendalam (*in depth interview*) dan observasi partisipatif. Menurut (Denzin, Norman K; Lincoln, 1996), dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dan informasi digunakan dengan teknik wawancara mendalam (*in depth interview*) dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung yang memungkinkan responden untuk berbagi pengalaman mereka dengan lebih bebas. Selain itu, peneliti juga mengamati langsung jalannya acara *Cheap Chewsday* untuk memahami dinamika interaksi sosial yang terjadi selama kegiatan berlangsung.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode tematik yang melibatkan proses identifikasi, kategorisasi, dan interpretasi pola dalam data. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan temuan penelitian ke dalam beberapa tema utama, seperti motivasi mahasiswa Indonesia, tantangan dalam menyajikan kuliner Indonesia, serta dampak *Cheap Chewsday* terhadap interaksi budaya dan identitas mahasiswa Indonesia. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai *Cheap Chewsday* sebagai strategi gastrodiplomasi serta bagaimana acara ini berdampak terhadap partisipan dan masyarakat setempat.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa acara *Cheap Chewsday* memiliki peran strategis sebagai sarana gastrodiplomasi yang efektif dalam memperkenalkan kuliner dan budaya Indonesia kepada masyarakat Australia. *Cheap Chewsday* diselenggarakan sebagai acara kuliner yang menyajikan hidangan Indonesia, memungkinkan masyarakat lokal untuk mencicipi makanan khas Indonesia dengan biaya terjangkau. Sebagai medium gastrodiplomasi, *Cheap Chewsday* tidak hanya bertujuan untuk

PARAMASASTRA
Vol. 12 No. 1 - Maret 2025
p-ISSN 2355-4126 e-ISSN 2527-8754
http://journal.unesa.ac.id/index.php/paramasastra

memperkenalkan cita rasa makanan Indonesia, tetapi juga membuka ruang interaksi yang menguatkan pemahaman lintas budaya antara masyarakat Australia dan komunitas Indonesia di Newcastle.

1. Motivasi dan Partisipasi Mahasiswa Indonesia dalam *Cheap Chewsday*

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *Cheap Chewsday* menarik perhatian berbagai kelompok, baik mahasiswa lokal maupun internasional, yang memiliki motivasi berbeda. Mahasiswa Indonesia memanfaatkan acara ini untuk memperkenalkan elemen-elemen budaya dari daerah asal mereka. Menurut teori *soft power* yang dikemukakan oleh Nye (1990), diplomasi budaya seperti gastrodiplomasi berperan penting dalam membangun citra suatu negara melalui interaksi sosial yang bersifat persuasif. Dalam wawancara, salah satu mahasiswa Indonesia menyatakan, *"Kami ingin memperkenalkan lebih dari sekadar makanan; ini adalah bagian dari budaya dan identitas kami."* Hal ini menunjukkan bahwa *Cheap Chewsday* tidak hanya menjadi sarana promosi kuliner, tetapi juga alat untuk memperkuat identitas budaya mahasiswa Indonesia.

Lebih lanjut, motivasi mahasiswa Indonesia juga dipengaruhi oleh pengalaman mereka dalam menghadapi tantangan sebagai mahasiswa internasional. Mereka melihat acara ini sebagai kesempatan untuk memperkenalkan budaya asal mereka sekaligus membangun komunitas dengan mahasiswa dari berbagai negara lain. Dalam konteks ini, *Cheap Chewsday* berperan sebagai wadah yang tidak hanya mendukung diplomasi budaya tetapi juga memperkuat jejaring sosial antar mahasiswa internasional di Newcastle.

2. Pengaruh Gastrodiplomasi terhadap Persepsi Budaya oleh Masyarakat Lokal

Hasil wawancara dengan masyarakat lokal mengindikasikan bahwa *Cheap Chewsday* diakui sebagai acara yang memperkaya wawasan mereka tentang budaya Indonesia. Perspektif ini sejalan dengan teori gastrodiplomasi yang dikemukakan oleh Rockower (2012), yang menyatakan bahwa makanan dapat menjadi alat diplomasi budaya yang efektif dalam membangun citra bangsa. Salah satu peserta lokal mengungkapkan, *"Saya baru pertama kali mencoba rendang, dan rasanya sangat kompleks. Saya jadi penasaran dengan budaya di balik makanan ini."* Sehingga ini

PARAMASASTRA
Vol. 12 No. 1 - Maret 2025
p-ISSN 2355-4126 e-ISSN 2527-8754
http://journal.unesa.ac.id/index.php/paramasastra

mengonfirmasi bahwa makanan juga bisa sebagai medium komunikasi dan diplomasi budaya.

Gastrodiplomasi melalui *Cheap Chewsday* juga memberikan kesempatan bagi masyarakat lokal untuk memahami konteks sejarah dan sosial di balik masakan Indonesia. Misalnya, dalam beberapa kesempatan, mahasiswa Indonesia menyertakan penjelasan singkat tentang asal-usul makanan yang mereka sajikan, seperti sejarah rendang yang berasal dari Sumatra Barat dan nilai filosofis yang terkandung dalam hidangan tersebut. Hal ini memperkuat gagasan bahwa gastrodiplomasi tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan rasa makanan tetapi juga membangun pemahaman budaya yang lebih dalam.

3. Tantangan dalam Memperkenalkan Kuliner Indonesia kepada Peserta Lokal

Dalam menjalankan peran gastrodiplomasinya, mahasiswa Indonesia menghadapi tantangan dalam menyesuaikan cita rasa dengan preferensi lokal. Teori Lipscomb (2019) menekankan bahwa gastrodiplomasi membutuhkan adaptasi agar dapat diterima oleh masyarakat asing tanpa kehilangan esensi budayanya. Seorang mahasiswa Indonesia mengungkapkan, *"Kami harus mengurangi kepedasan rendang agar lebih bisa diterima oleh peserta lokal."* Tantangan ini menunjukkan bahwa adaptasi rasa diperlukan dalam gastrodiplomasi untuk menjaga keseimbangan antara autentisitas dan penerimaan masyarakat lokal.

Selain tantangan adaptasi cita rasa, mahasiswa Indonesia juga mengalami kendala dalam memperoleh bahan-bahan autentik yang sering kali sulit ditemukan di Australia. Dalam wawancara, beberapa mahasiswa menyatakan bahwa mereka harus mencari bahan pengganti untuk rempah-rempah tertentu agar dapat tetap menghadirkan cita rasa yang mendekati masakan asli Indonesia. Faktor lain yang menjadi kendala adalah perbedaan persepsi masyarakat lokal terhadap makanan Indonesia yang kaya rempah. Beberapa peserta lokal mengungkapkan bahwa mereka awalnya merasa ragu untuk mencoba hidangan tertentu karena belum terbiasa dengan aroma dan tekstur makanan tersebut. Tantangan ini menunjukkan bahwa gastrodiplomasi melalui kuliner membutuhkan penyesuaian yang mempertimbangkan selera dari masyarakat asing tanpa menghilangkan identitas budaya dan cita rasa asli kuliner nusantara.

4. Respons dan Ketertarikan Masyarakat Lokal terhadap Hidangan Indonesia

Cheap Chewsday berhasil memfasilitasi pengalaman budaya yang mengesankan bagi masyarakat lokal, di mana mereka tidak hanya menikmati hidangan tetapi juga mendapatkan pemahaman tentang nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Interaksi budaya semacam ini membantu membangun citra positif suatu bangsa, hal ini sesuai denga napa yang dikemukakan oleh Shoelhi (2011) tentang state branding atau pembangunan citra negara. Salah satu peserta lokal menyatakan, *"Saya sangat menikmati hidangan ini, terutama saat mengetahui bahwa makanan ini memiliki sejarah panjang dalam budaya Indonesia."* Respons ini menunjukkan bahwa *Cheap Chewsday* berhasil menciptakan ruang dialog budaya yang bermakna.

Selain itu, beberapa peserta lokal mengungkapkan ketertarikan mereka untuk mencoba memasak makanan Indonesia setelah menghadiri acara *Cheap Chewsday*. Hal ini menunjukkan bahwa gastrodiplomasi melalui kuliner dapat memotivasi individu untuk lebih mendalami dan mengapresiasi budaya asing. Mahasiswa Indonesia juga mengamati bahwa semakin sering mereka berpartisipasi dalam acara ini, semakin banyak peserta lokal yang menunjukkan minat lebih dalam terhadap budaya Indonesia, termasuk aspek lain seperti bahasa dan musik tradisional. Sehingga dari perspektif gastrodiplomasi, *Cheap Chewsday* menjadi sarana komunikasi antarbudaya yang efektif, di mana kuliner menjadi medium untuk menjembatani perbedaan budaya serta memperkuat rasa saling menghormati.

5. Dampak *Cheap Chewsday* terhadap Identitas Budaya Mahasiswa Indonesia

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Cheap Chewsday* berkontribusi dalam memperkuat identitas budaya mahasiswa Indonesia. Sebagaimana dikemukakan oleh Pujayanti (2017), gastrodiplomasi tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kesadaran budaya. Seorang mahasiswa Indonesia menuturkan, *"Kami merasa lebih bangga dengan budaya kami setelah melihat antusiasme peserta lokal."* Kutipan ini menunjukkan bahwa *Cheap Chewsday* tidak hanya memperkenalkan budaya Indonesia ke luar negeri, tetapi juga memperkuat identitas budaya mahasiswa Indonesia itu sendiri.

PARAMASASTRA
Vol. 12 No. 1 - Maret 2025
p-ISSN 2355-4126 e-ISSN 2527-8754
http://journal.unesa.ac.id/index.php/paramasastra

Melalui partisipasi dalam *Cheap Chewsday*, mahasiswa Indonesia merasa memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam melestarikan dan memperkenalkan budaya mereka. Beberapa mahasiswa bahkan menginisiasi diskusi tentang kemungkinan mengembangkan acara serupa dalam skala yang lebih luas atau berkolaborasi dengan komunitas budaya lain untuk memperluas jangkauan gastrodiplomasi mereka. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan kesadaran budaya mahasiswa Indonesia tetapi juga memberikan mereka keterampilan komunikasi lintas budaya yang berguna dalam kehidupan akademik dan profesional mereka di masa depan. Dengan demikian, *Cheap Chewsday* tidak hanya menjadi media gastrodiplomasi yang efektif tetapi juga berfungsi sebagai ruang bagi mahasiswa Indonesia untuk merefleksikan dan memperkuat identitas budaya mereka sebagai bagian dari komunitas global.

6. Rekomendasi untuk Pengembangan *Cheap Chewsday* sebagai Sarana Gastrodiplomasi

Berdasarkan wawancara dengan peserta lokal dan mahasiswa Indonesia, penelitian ini merekomendasikan beberapa langkah untuk meningkatkan efektivitas *Cheap Chewsday* sebagai media gastrodiplomasi. Pertama, mahasiswa Indonesia menyarankan adanya sesi edukasi tambahan berupa penjelasan atau demonstrasi masak singkat untuk memberikan wawasan lebih dalam kepada peserta lokal mengenai asal-usul budaya dari setiap hidangan. Kedua, kolaborasi dengan komunitas Indonesia atau pihak kedutaan besar dapat membantu menyediakan bahan masakan autentik, agar *Cheap Chewsday* dapat terus menyajikan hidangan yang autentik yang merepresentasikan budaya kuliner di Indonesia. Salah satu mahasiswa mengusulkan, *"Kami berharap ada lebih banyak dukungan dari komunitas Indonesia di Australia untuk memastikan bahwa makanan yang kami sajikan tetap autentik."* Dengan adanya strategi ini, *Cheap Chewsday* dapat semakin efektif dalam memperkenalkan budaya Indonesia di Australia.

Rekomendasi lain yang dapat dilakukan adalah meningkatkan dokumentasi dan publikasi acara ini melalui media sosial atau platform digital lainnya. Dengan demikian, *Cheap Chewsday* tidak hanya dapat menjangkau peserta di Newcastle tetapi juga menginspirasi komunitas di lokasi lain untuk mengadakan kegiatan serupa. Selain itu, keterlibatan lebih lanjut dari akademisi dan praktisi gastrodiplomasi dapat memberikan

wawasan yang lebih dalam mengenai dampak dan efektivitas *Cheap Chewsday* dalam konteks diplomasi budaya secara lebih luas.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, *Cheap Chewsday* terbukti sebagai sarana yang efektif untuk memperkenalkan budaya Indonesia melalui kuliner. Acara ini tidak hanya menarik minat masyarakat lokal tetapi juga memfasilitasi interaksi budaya yang bermakna, memperkuat identitas budaya mahasiswa Indonesia, serta membangun pemahaman lintas budaya yang lebih mendalam. Dalam konteks gastrodiplomasi, *Cheap Chewsday* berhasil menjadi jembatan yang menghubungkan budaya Indonesia dan Australia, di mana makanan menjadi alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai budaya yang mendalam. Penelitian ini menggarisbawahi potensi *Cheap Chewsday* sebagai media gastrodiplomasi yang berkelanjutan dalam mempromosikan kekayaan budaya Indonesia di Australia dan mendukung upaya diplomasi budaya yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah; Rais, R. S. (2023). Gastrodiplomasi Sebagai Strategi Dalam Memperkenalkan Kuliner Indonesia Di Hungaria. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, *12*(2), 691–698.

Denzin, Norman K; Lincoln, Y. S. (1996). Handbook of qualitative research. *Journal of Leisure Research*, *28*(2), 132.

Fartiannur, Y. (2018). Kepentingan Thailand dalam melakukan gastrodiplomacy melalui kitchen of the world. *E-Journal Ilmu Hubungan Internasional Unmul*, 1568.

Lipscomb, A. (2019). Culinary Relations: Gastrodiplomacy in Thailand, South Korea, and Taiwan. *The Yale Review of International Studies*, *1*, 1–23.

Nye, J. S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, *80*, 153–171. http://www.jstor.org/stable/1148580

Pujayanti, A. (2017). Gastrodiplomasi-Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia. *Jurnal Politica :*, *8*(1), 38–56.

Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, *8*(3), 235–246. https://doi.org/10.1057/pb.2012.17

Shoelhi, M. (2011). *Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional*. Simbiosa Rekatama Media.

www.csu.org.au. (2024). *Cheap Chewsday*. Www.Csu.Org.Au. https://www.csu.org.au/cheap_20181002

www.insights.uca.org.au. (2024). *Cheap Chewsday*. Www.Insights.Uca.Org.Au. https://www.insights.uca.org.au/cheap-chewsday/

www.newcastle.edu.au. (2024). *International food fosters a sense of community*. Www.Newcastle.Edu.Au. https://www.newcastle.edu.au/newsroom/featured/international-food-fosters-a-sense-of-community

Zhang, J. (2015). The foods of the worlds: Mapping and comparing contemporary gastrodiplomacy campaigns. *International Journal of Communication*, *9*(1), 568–591.