CONVERGENCE: JOURNAL OF GLOBAL DYNAMICS

Program Studi Hubungan Internasional, UIN Alauddin Makassar
ISSN: 3109 –4228 (Print) | e-ISSN: 3109 –4198 (Online)

GASTRODIPLOMASI SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER (STUDI KASUS: STRATEGI NATION BRANDING MEKSIKO DAN PERU DI BENUA AMERIKA)

Ayu Kristiani BR Pasaribu[1], Ibnu Zulian[2]
Universutas Potensi Utama, Indonesia. Email: ayupasaribu469@gamil.com
Universutas Potensi Utama, Indonesia. Email: ibnuzulian45@gmail.com

Abstract

This research analyses the effectiveness of gastronomy as a soft power instrument in strengthening the nation branding of countries in the Americas. By focusing the study on the successes of Mexico and Peru, this research evaluates how the integration of culinary heritage into foreign policy is capable of generating measurable diplomatic influence and economic benefits. Using a descriptive qualitative method based on secondary data from UNESCO reports and the World Travel Awards, the results indicate that the designation of traditional cuisine as world cultural heritage has triggered a significant surge in the international tourism sector and food commodity exports. This study concludes that a consistent gastrodiplomacy strategy not only reinforces regional cultural identity but also functions as an effective creative economy engine in enhancing a country's geopolitical bargaining power on the global stage.

Keywords: Gastronomy; Soft Power; Creative Economy; Foreign Policy; Geopolitics.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis efektivitas gastronomi sebagai instrumen soft power dalam memperkuat citra nasional (nation branding) negara-negara di Benua Amerika. Dengan memfokuskan kajian pada keberhasilan Meksiko dan Peru. penelitian ini mengevaluasi bagaimana

integrasi warisan kuliner ke dalam kebijakan luar negeri mampu menghasilkan pengaruh diplomatik dan keuntungan ekonomi yang terukur. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan basis data sekunder dari laporan UNESCO dan World Travel Awards, hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan kuliner tradisional sebagai warisan budaya dunia telah memicu lonjakan signifikan pada sektor pariwisata internasional dan ekspor komoditas pangan. Studi ini menyimpulkan bahwa strategi gastrodiplomacy yang konsisten tidak hanya memperkokoh identitas budaya regional, tetapi juga berfungsi sebagai mesin penggerak ekonomi kreatif yang efektif dalam meningkatkan posisi tawar geopolitik negara di panggung global.

Keywords: Gastronomi; Soft Power; Ekonomi Kreatif; Kebijakan Luar Negeri: Geopolitik.

PENDAHULUAN

Eksistensi Meksiko dan Peru sebagai poros utama kekuatan budaya di Benua Amerika saat ini tidak terlepas dari transformasi radikal sektor kuliner, yang semula hanya dipandang sebagai identitas domestik, kini telah bergeser menjadi instrumen strategis dalam arsitektur politik luar negeri (Zhang, 2015). Fenomena sosial ini ditandai dengan keberhasilan masif Meksiko dalam meraih status Warisan Budaya Takbenda UNESCO pada tahun 2010, yang secara efektif melegitimasi kedalaman sejarah peradabannya di mata dunia (UNESCO, 2010).

Di sisi lain, Peru menunjukkan anomali kesuksesan melalui dominasi absolutnya dalam ajang *World Travel Awards* sebagai destinasi kuliner terbaik global selama lebih dari satu dekade (TTW, 2025). Prestasi kedua negara ini bukan sekadar pencapaian simbolis, melainkan sebuah upaya rekonstruksi citra nasional (rebranding) yang berhasil menghapus stigma negatif masa lalu terkait isu stabilitas keamanan, dan menggantinya dengan narasi bangsa yang eksotis, progresif, dan kompetitif di pasar global (Wilson, 2013).

Secara teoretis, dinamika ini selaras dengan diskursus Soft Power yang dikembangkan oleh Joseph Nye, yang menekankan bahwa daya tarik kebudayaan merupakan aset diplomasi yang mampu memengaruhi persepsi publik internasional secara lebih mendalam dan persuasif dibandingkan kekuatan koersif militer atau ekonomi tradisional (Nye, 2004). Konsep Gastrodiplomasi yang dipopulerkan oleh Paul Rockower kemudian memberikan landasan spesifik mengenai bagaimana "diplomasi meja makan" berfungsi sebagai medium komunikasi publik yang efektif untuk memenangkan kepercayaan audiens global (Mayana, Ranti Fauza & Santika, Tisni, 2024). Hal ini didukung oleh data Global Soft Power Index dan Country Brand Index yang secara konsisten menunjukkan korelasi positif antara investasi negara pada sektor branding kuliner

dengan peningkatan pengaruh nasional serta daya tawar politik di panggung dunia.

Berangkat dari realitas empiris tersebut, tulisan ini bertujuan untuk membedah secara komparatif efektivitas strategi gastrodiplomasi model top-down (sentralisasi pemerintah) yang diterapkan oleh Meksiko, serta model kolaboratif-privat (sinergi pemerintah dan aktor swasta/Chef) yang menjadi keunggulan kompetitif Peru (Charbit, 2020). Lebih jauh lagi, penelitian ini bermaksud mengevaluasi bagaimana dan apa dampak konkret dari strategi tersebut terhadap indikator ekonomi makro, khususnya pada akselerasi sektor pariwisata dan peningkatan volume ekspor komoditas pangan unggulan sepanjang periode signifikan 2018-2025.

Penulis menyatakan bahawa meskipun Meksiko dan Peru menempuh jalur diplomasi yang berbeda Meksiko melalui eksploitasi legitimasi sejarah-institusional dan Peru melalui inovasi komersial serta pemberdayaan aktor privat keduanya secara nyata berhasil meningkatkan daya tawar ekonomi dan daya tarik investasi asing (Wilson, 2013). Keberhasilan ini membuktikan bahwa gastrodiplomasi telah bertransformasi dari sekadar alat promosi budaya menjadi mesin ekonomi kreatif yang mampu melakukan diversifikasi struktur devisa negara melalui sinergi antara identitas budaya dan perdagangan internasional (Hulu & Zulian, 2023).

TINJAUAN PUSTAKA

Desentralisasi dan Sentralisasi

Model tata kelola paradiplomasi di Amerika Latin secara teoretis terbagi ke dalam dua kutub utama, yakni paradigma desentralisasi multi-level dan model koordinasi terpusat. Paradigma desentralisasi memberikan ruang bagi aktor subnasional untuk melakukan inovasi kebijakan secara mandiri melalui kemitraan strategis lintas batas (Charbit, 2020; Schiavon, 2026). Dalam kerangka ini, pemerintah daerah tidak lagi sekadar menjadi perpanjangan tangan otoritas pusat, melainkan bertindak sebagai inovator yang mampu merespons dinamika global melalui jaringan kota dan kerjasama regional yang spesifik.

Sebaliknya, model tata kelola yang bersifat sentralistik menekankan pada pentingnya kampanye nasional yang terkoordinasi secara ketat (Harbiankova et al., 2025). Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga konsistensi narasi diplomasi negara dan memastikan bahwa seluruh aktivitas luar negeri aktor subnasional tetap berada dalam koridor kepentingan nasional (*national interest*). Melalui kontrol pusat yang kuat, risiko fragmentasi kebijakan dapat diminimalisir, meskipun hal ini sering kali membatasi ruang gerak pemerintah daerah dalam mengeksplorasi

peluang internasional yang bersifat unik.

Implementasi model desentralisasi dapat diamati pada kasus Meksiko, di mana pemerintah subnasional menunjukkan tingkat inovasi yang tinggi dalam menjalin hubungan luar negeri. Namun, tingginya otonomi tersebut memunculkan tantangan koordinasi yang signifikan antara pemerintah federal dan negara bagian (Schiavon, 2026). Kebebasan aktor lokal di Meksiko sering kali menyebabkan terjadinya tumpang tindih kebijakan, sehingga pemerintah pusat kesulitan dalam mensinkronkan berbagai inisiatif daerah ke dalam satu strategi diplomasi nasional yang koheren (Consulardiplomacy.com, 2020).

Di sisi lain, Peru menawarkan kontras melalui model yang lebih konsisten namun kurang fleksibel dengan kontrol pusat yang memastikan keseragaman pesan diplomatik namun sering kali mengabaikan nuansa lokal (*local nuance*). Meskipun perbandingan antara kedua model ini telah banyak dibahas, masih terdapat kekosongan literatur mengenai bagaimana mekanisme hibrida dapat menyeimbangkan antara inovasi lokal Meksiko dan stabilitas sistemik Peru dalam menghadapi krisis global kontemporer. Pentingnya mengintegrasikan dan menyesuaikan strategi dengan konteks lokal, dan mengatasi hambatan kelembagaan untuk mendorong inisiatif gastrodiplomasi yang berkelanjutan (Al Bustomi, 2023; Harbiankova et al., 2025). Celah penelitian inilah yang menjadi urgensi untuk mengeksplorasi model integrasi baru yang mampu mengakomodasi otonomi daerah tanpa mengorbankan koherensi nasional.

Tabel I: Indicators of Multi-Level Decentralization Paradigm and Centralized Coordination

Dimension	**Decentralization Indicators**	**Centralized Coordination Indicators**
Fiscal	Local expenditure/revenue ratios	Centralized budget allocation
Administrative	Local decision-making authority	Contracts for policy alignment
Political	Local political autonomy	Hierarchical oversight and accountability
Coordination Mechanisms	Shared mental models, trust	Transparency and reciprocit

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2026

Interaksi antara desentralisasi dan sentralisasi menawarkan manfaat dan tantangan yang unik. Indikator seperti rasio fiskal, otonomi lokal, dan pengawasan hierarkis sangat penting untuk mengevaluasi model tata kelola. Tata kelola multi-level yang efektif membutuhkan keseimbangan fleksibilitas desentralisasi dengan koordinasi terpusat consistency.

Soft Power

Diskursus *Soft Power* yang dikembangkan oleh Joseph Nye sebagai landasan utama untuk memahami daya tarik budaya dalam hubungan internasional. Teori ini menekankan bahwa sebuah negara dapat mencapai tujuan politik luar negerinya melalui daya tarik dan persuasi, alih-alih menggunakan kekuatan koersif militer atau tekanan ekonomi tradisional (Nye, 2004). Dalam konteks ini, kebudayaan dipandang sebagai aset diplomasi yang sangat berharga karena mampu memengaruhi persepsi publik internasional secara lebih mendalam dan persuasif, yang pada akhirnya memperkuat posisi tawar negara di panggung global.

Gastrodiplomasi adalah bentuk diplomasi budaya yang memanfaatkan masakan suatu negara untuk meningkatkan kekuatan lunaknya, mempromosikan identitas budaya, dan membina hubungan internasional. Ini beroperasi di persimpangan makanan, kebijakan luar negeri, dan diplomasi publik, yang bertujuan untuk menciptakan persepsi positif suatu negara melalui warisan kulinernya (Demirağ et al., 2025). Dengan mengasosiasikan masakan nasional dengan nilai-nilai budaya, gastrodiplomasi membantu negara-negara membangun citra global mereka dan memperkuat hubungan antar orang (Mayana, Ranti Fauza & Santika, Tisni, 2024)

Secara lebih spesifik, kerangka pemikiran ini diperdalam dengan konsep Gastrodiplomasi yang dipopulerkan oleh Paul Rockower untuk menjelaskan mekanisme "diplomasi meja makan"(Rockower, 2012). Gastrodiplomasi berfungsi sebagai medium komunikasi publik yang efektif untuk memperkenalkan identitas nasional melalui warisan kuliner kepada audiens global demi memenangkan kepercayaan mereka (Spence, 2016; Zhang, 2015). Melalui integrasi warisan kuliner ke dalam kebijakan luar negeri, negara-negara seperti Meksiko dan Peru berupaya merekonstruksi citra nasional mereka (*nation branding*) dari stigma negatif masa lalu menjadi narasi bangsa yang eksotis, progresif, dan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengevaluasi efektivitas gastronomi sebagai instrumen *soft power* di Meksiko dan Peru. Penggunaan metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai fenomena gastrodiplomasi tanpa melakukan generalisasi statistik, melainkan fokus pada pemahaman mendalam terhadap strategi *nation branding* yang diterapkan oleh kedua negara tersebut (Mayana, Ranti Fauza & Santika, Tisni, 2024). Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat membedah kompleksitas hubungan antara kebijakan kebudayaan, kepentingan politik luar negeri, dan dampak ekonomi yang dihasilkan (Takenaka, 2019).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya berbasis pada data sekunder yang relevan dan kredibel. Data tersebut dikumpulkan melalui studi kepustakaan dari laporan resmi organisasi internasional seperti UNESCO, terutama terkait status Warisan Budaya Takbenda Meksiko, serta rilis data tahunan dari World Travel Awards mengenai prestasi kuliner Peru. Selain itu, peneliti memanfaatkan data dari Global Soft Power Index dan Country Brand Index untuk melihat korelasi antara investasi pada sektor kuliner dengan peningkatan pengaruh nasional di kancah internasional.

Teknik analisis data dilakukan melalui metode komparatif untuk membedah perbedaan signifikan antara strategi gastrodiplomasi kedua negara. Peneliti membandingkan model *top-down* (sentralisasi pemerintah) yang menjadi ciri khas Meksiko dengan model kolaboratif-privat (sinergi pemerintah dan aktor swasta/Chef) yang diterapkan oleh Peru. Proses analisis ini melibatkan tahap reduksi data, kategorisasi berdasarkan indikator keberhasilan diplomasi kuliner, dan penarikan kesimpulan berdasarkan bukti empiris yang ditemukan dalam laporan-laporan ekonomi dan budaya.

Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, di mana informasi dari berbagai laporan resmi disilangkan untuk memastikan konsistensi temuan. Fokus periode pengamatan dibatasi pada rentang signifikan tahun 2018–2025 guna melihat dampak konkret strategi tersebut terhadap akselerasi sektor pariwisata dan volume ekspor komoditas pangan unggulan. Meskipun penelitian ini mengandalkan data sekunder, analisis yang dilakukan tetap memberikan interpretasi kritis terhadap bagaimana identitas budaya dapat ditransformasikan menjadi mesin ekonomi kreatif yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Interaksi antara desentralisasi dan sentralisasi menawarkan manfaat dan tantangan yang unik. Indikator seperti rasio fiskal, otonomi lokal, dan pengawasan hierarkis sangat penting untuk mengevaluasi model tata kelola. Tata kelola multi-level yang efektif membutuhkan keseimbangan fleksibilitas desentralisasi dengan koordinasi terpusat yang konsisten. Analisis kedua instrumen ini tertuang dalam Strategi dan Capaian Diplomasi Kuliner, Dampak Ekonomi: Akselerasi Pariwisata dan Ekspor dan Tantangan Mekanisme Hibrida dalam Tata Kelola di bawah ini:

Strategi dan Capaian Diplomasi Kuliner

Perbandingan antara Meksiko dan Peru dalam tata kelola diplomasi kuliner menunjukkan dua

model yang kontras namun sama-sama efektif. Meksiko mengadopsi pendekatan top-down yang ditandai dengan sentralisasi peran negara, di mana pemerintah federal menjadi aktor utama dalam merumuskan strategi, regulasi, dan promosi kuliner nasional. Pendekatan ini memungkinkan adanya konsistensi narasi dan kontrol terhadap representasi budaya, khususnya dalam mengangkat kuliner sebagai bagian dari identitas nasional yang dilindungi. Sebaliknya, Peru mengembangkan model kolaboratif-privat yang menekankan sinergi antara aktor non-negara dan sektor bisnis, sehingga lebih fleksibel, adaptif, dan responsif terhadap dinamika pasar global.

> *By winning these three prestigious awards, Peru has once again established itself as a destination of choice for travellers in search of unique discoveries. Whether through the mysteries of Machu Picchu, the irresistible flavours of its cuisine or immersion in its fascinating history, Peru embodies an unparalleled wealth that continues to inspire and amaze the world* (TTW, 2025).

Keberhasilan meraih tiga penghargaan bergengsi tersebut semakin menegaskan posisi Peru sebagai destinasi unggulan bagi wisatawan yang mencari pengalaman unik dan autentik. Daya tarik negara ini tidak hanya terletak pada keajaiban Machu Picchu yang penuh misteri, tetapi juga pada kekayaan cita rasa kulinernya yang menggoda serta kedalaman sejarahnya yang memikat. Secara keseluruhan, Peru merepresentasikan kekayaan budaya dan alam yang luar biasa, yang secara konsisten mampu memikat dan menginspirasi masyarakat global.

Tabel II: Komparasi Strategi dan Capaian Diplomasi Kuliner

No	Dimensi Analisis	Meksiko	Peru
1	Model Tata Kelola	Negara-sentris dengan legitimasi institusional	Negara-fasilitator dengan eksekusi berbasis swasta
2	Aktor Utama	Pemerintah Federal & UNESCO	Promperú (koordinator negara) + Celebrity Chefs & Sektor Swasta
3	Legitimasi Utama	Warisan Budaya Takbenda	*World's Leading Culinary Destination*
4	Fokus Narasi	Menempatkan pemerintah federal sebagai produsen narasi utama melalui pengakuan UNESCO	Memposisikan negara sebagai fasilitator dan platform bagi aktor swasta dan chef untuk menjadi wajah diplomasi kuliner

Sumber: Dikelola oleh Peneliti, 2026

Dari segi aktor utama, dominasi pemerintah dalam kasus Meksiko menunjukkan kuatnya peran negara dalam diplomasi budaya, termasuk melalui kerja sama dengan organisasi internasional seperti UNESCO. Hal ini memperkuat posisi kuliner sebagai instrumen diplomasi resmi yang

terinstitusionalisasi. Di sisi lain, Peru justru menempatkan celebrity chefs dan pelaku industri sebagai ujung tombak promosi global (Aguirre-Sosa et al., 2023). Figur-figur ini tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai duta budaya yang mampu membangun citra kuliner Peru secara lebih populer dan mudah diterima oleh pasar internasional.

> *We have never gone away. If there is a home... a family to feed, the traditional cuisine will endure.* **Guillermina Ordoñez-**Traditional Cook from Puebla (UNESCO, 2025).

Meksiko dikenal sebagai salah satu negara megadiversitas di dunia, dengan ekosistem yang kaya serta keragaman bahan pangan yang sangat luas. Kombinasi antara kekayaan alam, sejarah panjang, dan dinamika budaya telah membentuk tradisi kuliner yang kompleks dan unik. Namun demikian, seluruh kekayaan tersebut tidak akan terwujud tanpa peran para pelaku budaya sebagai penjaga warisan hidup, yaitu individu dan komunitas yang terus menciptakan, melestarikan, dan mentransformasikan tradisi kuliner dari generasi ke generasi.

Dalam hal legitimasi, Meksiko bertumpu pada pengakuan sebagai warisan budaya takbenda, yang menekankan nilai historis, autentisitas, dan keberlanjutan tradisi kuliner. Legitimasi ini memberikan kekuatan simbolik yang besar dalam diplomasi budaya karena diakui secara global sebagai bagian dari warisan kemanusiaa (Schiavon, 2026). Sementara itu, Peru membangun legitimasi melalui pengakuan industri dan pasar global, seperti predikat sebagai "*World's Leading Culinary Destination*"(Consulardiplomacy.com, 2020). Pendekatan ini lebih berbasis pada performa, inovasi, dan daya tarik kompetitif di tingkat internasional, sehingga menempatkan kuliner sebagai bagian dari ekonomi kreatif yang dinamis.

Perbedaan juga terlihat dalam fokus narasi yang dibangun oleh masing-masing negara. Meksiko menonjolkan kedalaman sejarah dan tradisi, dengan menekankan kontinuitas budaya dari masa lalu hingga masa kini. Narasi ini memperkuat identitas nasional yang otentik dan berakar kuat pada warisan leluhur.

> *Traditional cuisine is a global trend for preserving healthy practices in rural areas and protecting the environment without exploitative models*. **Celia Florián-**Traditional Cook from Oaxaca (UNESCO, 2025)

Sebaliknya, Peru lebih mengedepankan inovasi modern dan eksotisme, menggabungkan elemen tradisional dengan teknik kuliner kontemporer untuk menciptakan pengalaman baru yang menarik bagi audiens global. Dengan demikian, Meksiko dan Peru merepresentasikan dua strategi diplomasi kuliner yang berbeda: satu berbasis konservasi dan legitimasi historis, dan yang lain berbasis inovasi dan dayac saing global.

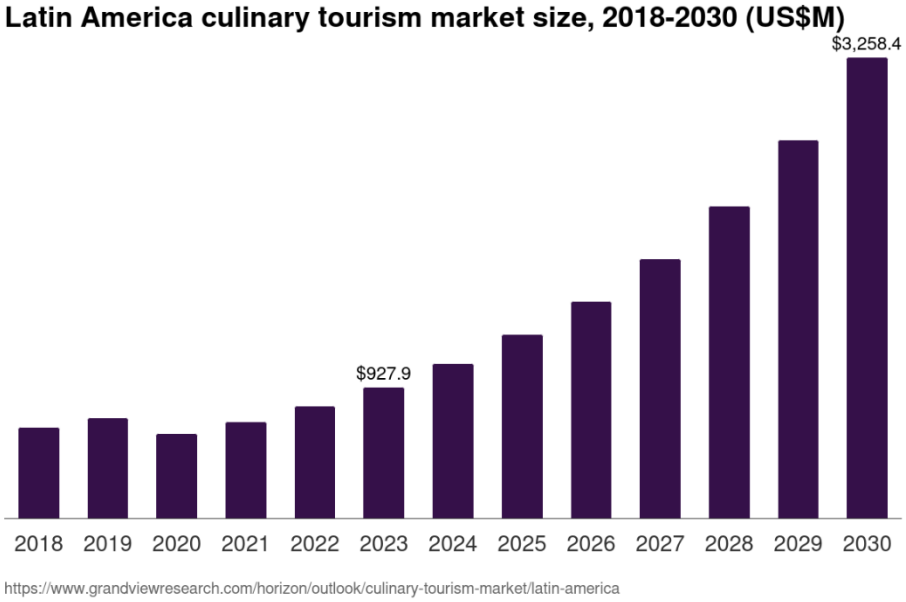
Dampak Ekonomi: Akselerasi Pariwisata dan Ekspor

Data menunjukkan adanya korelasi positif antara kampanye gastrodiplomasi yang konsisten dengan pertumbuhan sektor pariwisata internasional di kedua negara (Hulu & Zulian, 2023). Keberhasilan Peru mempertahankan gelar destinasi kuliner terbaik dunia selama lebih dari satu dekade telah mengubah persepsi global, menjadikannya magnet bagi wisatawan minat khusus kuliner.

Grafik no. 1 di bawah ini menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat signifikan dalam pasar pariwisata kuliner di Amerika Latin sepanjang periode 2018 hingga 2030. Meskipun terdapat sedikit fluktuasi pada awal periode terutama penurunan sekitar tahun 2020 yang dapat dikaitkan dengan dampak pandemi global secara keseluruhan kurva bergerak naik secara konsisten. Mulai dari nilai yang relatif moderat pada 2018, pasar ini terus mengalami ekspansi hingga mencapai proyeksi lebih dari USD 3.258 juta pada tahun 2030, yang menandakan transformasi struktural dalam sektor pariwisata berbasis pengalaman.

Pertumbuhan ini semakin menguat pada periode pasca-2023, di mana lonjakan nilai pasar terlihat lebih tajam dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan adanya fase akselerasi, bukan sekadar pemulihan. Faktor pendorongnya mencakup meningkatnya minat wisatawan global terhadap pengalaman autentik berbasis budaya lokal, termasuk kuliner sebagai representasi identitas nasional. Dengan kata lain, kuliner tidak lagi diposisikan sebagai pelengkap pariwisata, tetapi menjadi daya tarik utama yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

Grafik 1: Estimasi Tren Pertumbuhan Sektor Pariwisata Berbasis Kuliner (2018–2025)



Sumber: *Latin America Culinary Tourism Market Size & Outlook*, 2025

Tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 19,7% untuk periode 2024–2030 mengindikasikan bahwa sektor ini berada dalam kategori high-growth industry. Angka ini mencerminkan kombinasi antara peningkatan permintaan global, strategi promosi yang semakin terintegrasi, serta keterlibatan aktor-aktor non-negara seperti industri kreatif dan pelaku usaha kuliner (Grand View Horizon, 2025). Selain itu, digitalisasi dan media sosial juga berperan penting dalam memperluas eksposur kuliner Amerika Latin ke pasar internasional, mempercepat difusi tren, dan menciptakan daya tarik yang lebih luas (Matta, 2021).

Secara analitis, tren ini menunjukkan bahwa negara-negara di Amerika Latin termasuk Meksiko dan Peru memiliki peluang besar untuk memperkuat diplomasi kuliner sebagai instrumen soft power sekaligus strategi ekonomi. Pertumbuhan pasar yang tinggi membuka ruang bagi diferensiasi strategi nasional, baik melalui pendekatan berbasis warisan budaya maupun inovasi modern (Schiavon, 2026). Dengan demikian, keberhasilan dalam sektor ini tidak hanya ditentukan oleh kekayaan kuliner itu sendiri, tetapi juga oleh kemampuan negara dalam mengelola narasi, membangun legitimasi global, dan mengintegrasikan berbagai aktor dalam ekosistem pariwisata kuliner.

Selain pariwisata, gastrodiplomasi juga berfungsi sebagai mesin penggerak ekspor komoditas pangan unggulan. Peningkatan volume ekspor seperti alpukat dan cabai dari Meksiko, serta quinoa dan produk laut dari Peru, membuktikan bahwa identitas budaya kuliner mampu

menciptakan permintaan pasar global terhadap produk pangan asal negara tersebut.

Geopolitik dan Posisi Tawar Global

Secara geopolitik, transformasi citra melalui kuliner menjadi instrumen strategis dalam merekonstruksi identitas nasional yang lebih positif dan kompetitif. Meksiko dan Peru berhasil menggeser persepsi global dari yang sebelumnya sering dikaitkan dengan isu stabilitas keamanan, ketimpangan ekonomi, atau ketergantungan pada komoditas primer, menuju citra sebagai pusat inovasi budaya dan gastronomi dunia. Melalui diplomasi kuliner, kedua negara membangun narasi baru yang menekankan kreativitas, keberagaman, dan kekayaan tradisi, sehingga menciptakan bentuk rebranding yang tidak hanya simbolik (Spence, 2016), tetapi juga berdampak nyata terhadap persepsi internasional.

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kuliner berfungsi sebagai medium soft power yang efektif dalam memperluas pengaruh tanpa harus mengandalkan kekuatan militer atau tekanan ekonomi. Dalam konteks ini, makanan menjadi bahasa universal yang mampu menembus batas politik dan ideologi, sekaligus memperkuat hubungan antarnegara melalui pendekatan yang lebih persuasif dan emosional (Al Bustomi, 2023). Meksiko dengan kekuatan warisan budayanya, serta Peru dengan inovasi gastronominya, berhasil memanfaatkan kuliner sebagai alat diplomasi publik yang menjangkau masyarakat global secara langsung.

Lebih jauh, konsistensi strategi dalam mempromosikan kuliner juga berkontribusi terhadap peningkatan posisi tawar geopolitik kedua negara. Dengan meningkatnya daya tarik global, Meksiko dan Peru memperoleh keuntungan dalam berbagai sektor, seperti pariwisata, investasi, hingga kerja sama internasional (Wilson, 2013). Citra positif yang terbentuk melalui kuliner menciptakan efek spillover yang memperkuat legitimasi mereka di forum global, sekaligus membuka peluang untuk memainkan peran yang lebih aktif dalam agenda internasional, termasuk ekonomi kreatif dan diplomasi budaya (Mayana, Ranti Fauza & Santika, Tisni, 2024).

Dengan demikian, pengalaman Meksiko dan Peru menegaskan bahwa kekuatan suatu negara dalam sistem internasional tidak lagi semata-mata ditentukan oleh hard power, melainkan juga oleh kemampuan mengelola simbol, narasi, dan identitas. Kuliner, dalam hal ini, menjadi arena strategis yang mampu mengubah persepsi, membangun kepercayaan, dan memperluas pengaruh (Chessman Olaechea, 2022). Hal ini membuktikan bahwa “meja makan” dapat menjadi ruang diplomasi yang sama efektifnya bahkan dalam beberapa konteks lebih subtil dan berkelanjutan dibandingkan instrumen kekuasaan tradisional.

Tantangan Mekanisme Hibrida dalam Tata Kelola

Meskipun keberhasilan gastrodiplomasi Meksiko dan Peru cukup menonjol, keduanya masih menghadapi persoalan mendasar dalam sinkronisasi kebijakan antara tingkat pusat dan daerah. Di Meksiko, dinamika inovasi yang kuat di tingkat subnasional seperti inisiatif kuliner lokal dan festival gastronomi berbasis komunitas sering kali berkembang lebih cepat dibanding kerangka kebijakan nasional (Al Bustomi, 2023). Akibatnya, muncul tantangan koordinasi vertikal yang ditandai dengan tumpang tindih program, inkonsistensi pesan, serta potensi fragmentasi dalam representasi identitas kuliner nasional di panggung global.

Sebaliknya, Peru menunjukkan model yang relatif lebih stabil dan terkoordinasi secara nasional, namun stabilitas ini tidak tanpa konsekuensi. Penekanan pada keseragaman narasi diplomatik nasional berpotensi mengabaikan keragaman lokal yang justru menjadi kekuatan utama dalam kekayaan kuliner Peru (Wilson, 2013). Dalam beberapa kasus, kebutuhan spesifik daerahbaik dari sisi bahan baku, tradisi, maupun pelaku usaha lokal kurang terakomodasi secara optimal, sehingga berisiko menciptakan kesenjangan antara strategi pusat dan realitas di lapangan.

Dari perspektif tata kelola, kedua pendekatan ini merefleksikan dilema klasik antara fleksibilitas dan kontrol. Meksiko menghadapi risiko disintegrasi kebijakan akibat terlalu longgarnya ruang inovasi lokal, sementara Peru berhadapan dengan potensi rigiditas akibat dominasi narasi pusat (O'dwyer & Ziblatt, 2006). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan gastrodiplomasi tidak hanya ditentukan oleh kekuatan narasi eksternal, tetapi juga oleh efektivitas integrasi kebijakan internal yang mampu menyelaraskan berbagai kepentingan lintas level pemerintahan

Oleh karena itu, diperlukan model integrasi baru yang mampu menjembatani kedua kutub tersebut. Model ini idealnya menggabungkan fleksibilitas inovasi lokal dengan kerangka strategis nasional yang koheren, misalnya melalui mekanisme koordinasi multi-level governance, platform kolaborasi antar-aktor, serta standardisasi narasi yang adaptif (Charbit, 2020). Dengan pendekatan semacam ini, keberlanjutan gastrodiplomasi tidak hanya dapat dipertahankan, tetapi juga diperkuat sebagai instrumen strategis dalam memperluas pengaruh global secara lebih inklusif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa gastronomi telah bertransformasi dari sekadar identitas budaya domestik menjadi instrumen *soft power* yang sangat efektif dalam memperkuat *nation branding* Meksiko dan Peru. Melalui integrasi warisan kuliner ke dalam arsitektur politik luar negeri, kedua negara berhasil melakukan rekonstruksi citra nasional yang positif di panggung global. Keberhasilan ini membuktikan bahwa daya tarik kebudayaan mampu memengaruhi persepsi publik internasional secara lebih persuasif dibandingkan kekuatan koersif tradisional.

Secara komparatif, efektivitas gastrodiplomasi di kedua negara didorong oleh model tata kelola yang berbeda namun saling melengkapi dalam memberikan pengaruh diplomatik. Meksiko menunjukkan keunggulan melalui eksploitasi legitimasi sejarah-institusional yang tersentralisasi, sementara Peru unggul dalam inovasi komersial melalui sinergi kolaboratif dengan aktor swasta dan para *chef*. Perbedaan jalur ini tetap bermuara pada hasil yang serupa, yaitu peningkatan posisi tawar geopolitik dan penguatan identitas regional di mata audiens global.

Dampak konkret dari strategi gastrodiplomasi tersebut tercermin pada akselerasi indikator ekonomi makro yang signifikan selama periode 2018–2025. Penetapan kuliner tradisional sebagai warisan dunia dan pengakuan internasional lainnya telah memicu lonjakan pada sektor pariwisata mancanegara serta peningkatan volume ekspor komoditas pangan unggulan. Dengan demikian, gastrodiplomasi telah menjadi mesin ekonomi kreatif yang mampu melakukan diversifikasi struktur devisa negara melalui sinergi antara kebudayaan dan perdagangan internasional.

Sebagai implikasi teoretis, penelitian ini menegaskan perlunya pengembangan model integrasi baru yang dapat menyeimbangkan antara otonomi daerah dan koherensi nasional. Tantangan koordinasi yang muncul di Meksiko serta kekakuan sistemik di Peru menunjukkan bahwa keberlanjutan gastrodiplomasi sangat bergantung pada kemampuan negara dalam mengintegrasikan konteks lokal ke dalam strategi nasional. Oleh karena itu, sinergi yang lebih adaptif antar-level pemerintahan menjadi kunci dalam menghadapi dinamika krisis global di masa depan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan utama pada ketergantungan terhadap data sekunder dari laporan organisasi internasional dan indeks global, sehingga belum mampu menangkap perspektif langsung dari aktor pelaksana di lapangan. Selain itu, fokus geografis yang terbatas pada perbandingan Meksiko dan Peru menyebabkan temuan ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas pada negara dengan struktur politik yang berbeda. Untuk penelitian selanjutnya, direkomendasikan

penggunaan metode campuran (*mixed methods*) yang melibatkan data primer dari wawancara dengan aktor kunci guna mendapatkan validasi empiris di tingkat tapak. Peneliti masa depan juga disarankan untuk mengeksplorasi mekanisme hibrida yang dapat menyeimbangkan inovasi lokal dengan koherensi strategi nasional, serta mengukur dampak ekonomi gastrodiplomasi terhadap kesejahteraan produsen pangan lokal secara lebih mendetail

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada Dr. Ibnu Zulian atas bimbingan, arahan, serta dukungan intelektual yang sangat berarti dalam proses penyusunan paper ini. Ketelitian, wawasan akademik, serta dedikasi beliau dalam memberikan masukan telah membantu penulis dalam memperdalam analisis dan menyempurnakan struktur penulisan, sehingga paper ini dapat diselesaikan dengan lebih baik dan sistematis.

Penulis juga sangat menghargai kesabaran dan komitmen beliau dalam mendampingi setiap tahap penelitian, mulai dari perumusan ide hingga tahap akhir penulisan. Tanpa dukungan dan motivasi yang diberikan, proses penyelesaian paper ini tidak akan berjalan dengan optimal. Semoga kontribusi ilmiah ini dapat menjadi bagian kecil dari pengembangan keilmuan yang terus beliau dorong dalam dunia akademik.

DAFTAR PUSTAKA

Aguirre-Sosa, J., Dextre, M. L., Lozada-Urbano, M., & Vargas-Merino, J. A. (2023). Background of Peruvian gastronomy and its perspectives: An assessment of its current growth. *Journal of Ethnic Foods*, *10*(1), 50. https://doi.org/10.1186/s42779-023-00212-4

Al Bustomi, A. Y. (2023). Penerapan Strategi Gastrodiplomasi Pemasaran Produk dan Acara Makanan Peru di Indonesia Pada Tahun 2017-2021. *Global and Policy Journal of International Relations*, *11*(01). https://doi.org/10.33005/jgp.v11i01.3865

Charbit, C. (2020). From ‘de jure’ to ‘de facto’ decentralised public policies: The multi-level governance approach. *The British Journal of Politics and International Relations*, *22*(4), 809–819. https://doi.org/10.1177/1369148120937624

Chessman Olaechea, Y. A. (2022). Los mecanismos de articulación y coordinación intergubernamental de Políticas Nacionales y Territoriales en el Perú. *IUS ET VERITAS*,

(65), 24–40. https://doi.org/10.18800/iusetveritas.202202.002

Consulardiplomacy.com. (2020). *More than Tacos: Mexico´s scrumptious, yet unknown Gastrodiplomacy*. https://www.consulardiplomacy.com/home/more-than-tacos-mexicos-scrumptious-yet-unknown-gastrodiplomacy

Demirağ, A., Turgut, H., & Ongun, Y. (2025). The New Soft Power Tool in Türkiye and the World: Gastrodiplomacy. In O. Güner (Ed.), *Türkiye's Public Diplomacy Ecosystem* (pp. 323–339). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-81916-2_21

Grand View Horizon. (2025). *Latin America Culinary Tourism Market Size & Outlook* [Dataset]. https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/culinary-tourism-market/latin-america

Harbiankova, A., Sivagrakau, A., Rosa, A., & Kalinowski, S. (2025). Local Diversity Under Pressure: How Centralization Affects Sustainable Development Vectors and Initiatives. *Sustainability*, *18*(1), 30. https://doi.org/10.3390/su18010030

Hulu, K. W., & Zulian, I. (2023). *Strategi Gastrodiplomasi Kopi Indonesia Dalam Peningkatan Ekspor Kopi Ke Jepang*.

Matta, R. (2021). Food for social change in Peru: Narrative and performance of the culinary nation. *The Sociological Review*, *69*(3), 520–537. https://doi.org/10.1177/00380261211008802

Mayana, Ranti Fauza & Santika, Tisni. (2024). *Geographical Indication and Gastrodiplomacy as Nation Branding: A Perspective from Indonesia*. https://doi.org/10.19184/ejlh.v11i1.45082

Nye, J. S. (2004). *Soft power the means to success in world politics*. PublicAffairs.

O'dwyer, C., & Ziblatt, D. (2006). Does Decentralisation Make Government More Efficient and Effective? *Commonwealth & Comparative Politics*, *44*(3), 326–343. https://doi.org/10.1080/14662040600997064

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

Schiavon, J. A. (2026). Paradiplomacy in Mexico. In J. A. Schiavon, J. Ciesielska-Klikowska, T. Kamiński, & R. Velázquez Flores, *The Routledge Handbook of Paradiplomacy* (1st ed., pp. 384–394). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003608684-48

Spence, C. (2016). Gastrodiplomacy: Assessing the role of food in decision-making. *Flavour*, *5*(1), 4. https://doi.org/10.1186/s13411-016-0050-8

Takenaka, A. (2019). “Nikkei Food” for Whom? Gastro-Politics and Culinary Representation in Peru. *Anthropology of Food*, *14*. https://doi.org/10.4000/aof.10065

TTW. (2025). *Peru Wins Three Prestigious Awards at The 2024 World Travel Awards Highlighting Its cultural Gastronomic and Sustainable Tourism Growth*. https://www.travelandtourworld.com/news/article/peru-wins-three-prestigious-awards-at-the-2024-world-travel-awards-highlighting-its-cultural-gastronomic-and-sustainable-tourism-growth/

UNESCO. (2010). *Traditional Mexican cuisine—Ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm*. 01. https://ich.unesco.org/en/RL/traditional-mexican-cuisine-ancestral-ongoing-community-culture-the-michoacan-paradigm-00400

UNESCO. (2025). *Traditional Mexican Cuisine: A living heritage for the societies and the planet’s wellbeing*. https://www.unesco.org/en/articles/traditional-mexican-cuisine-living-heritage-societies-and-planets-wellbeing

Wilson, R. (2013). *Cocina Peruana Para El Mundo: Gastrodiplomacy, the Culinary Nation Brand, and the Context of National Cuisine in Peru*.

Zhang, J. (2015). *The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns*.