

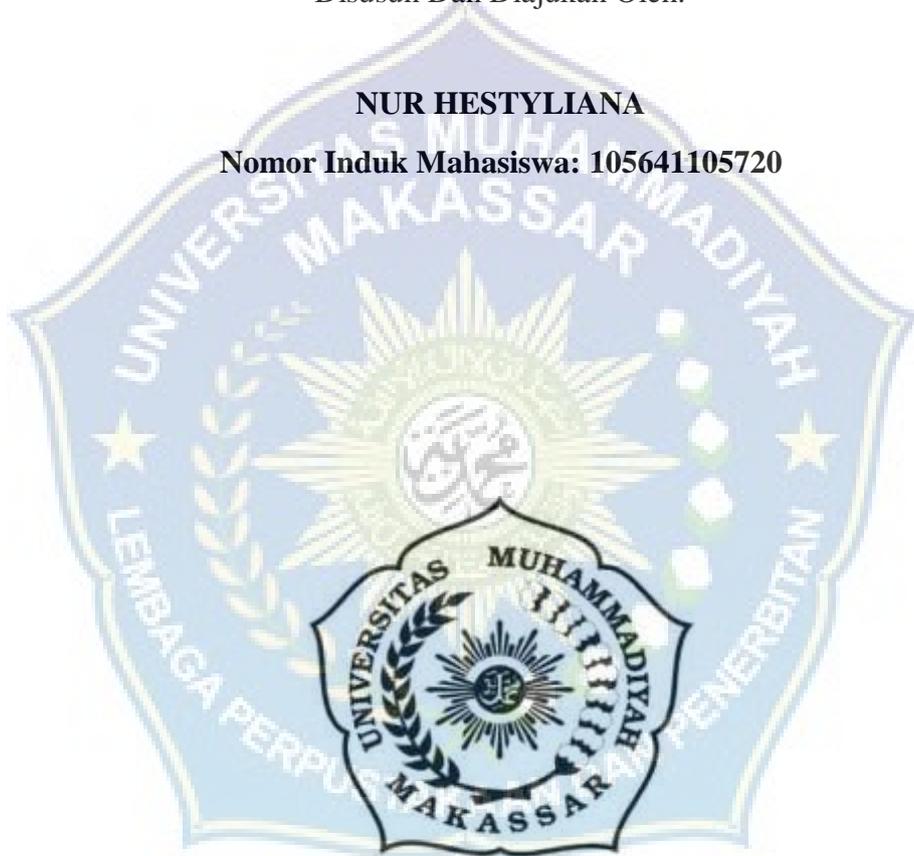
SKRIPSI

**PENDEKATAN GASTRODIPLOMASI DALAM MENINGKATKAN
DAYA TARIK PARIWISATA DAN KEBERLANJUTAN EKONOMI
LOKAL DI KOTA MAKASSAR**

Disusun Dan Diajukan Oleh:

NUR HESTYLIANA

Nomor Induk Mahasiswa: 105641105720



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMUPOLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024**

SKRIPSI

**PENDEKATAN GASTRODIPLOMASI DALAM MENINGKATKAN
DAYA TARIK PARIWISATA DAN KEBERLANJUTAN EKONOMI
LOKAL DI KOTA MAKASSAR**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Strata Satu (S1)

Sarjana Ilmu Politik (S.IP)

Disusun Dan Diajukan Oleh:

NUR HESTYLIANA

Nomor Induk Mahasiswa: 105641105720

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Penelitian : Pendekatan Gastrodiplomasi Dalam Meningkatkan
Daya Tarik Pariwisata Dan Keberlanjutan Ekonomi
Lokal Di Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Nur Hestyliana

Nomor Induk Mahasiswa : 105641105720

Program Studi : Ilmu Pemerintahan



Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

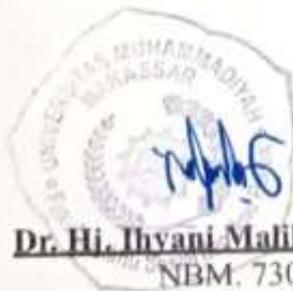
Ahmad Harakan, S.IP., M.H.I

Muhammad Rardhy Akbar, S.IP., M.Si

Mengetahui

Dekan
Fisipol Unismuh Makassar

Ketua Program Studi
Ilmu Pemerintahan



Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM. 730727



Ahmad Harakan S.IP., M.H.I
NBM : 1207163

HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar dengan nomor 0257/FSP/A.4-II/45/2024 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dengan memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Ilmu Pemerintahan yang dilaksanakan di Makassar pada hari Selasa, Tanggal 8 Maret 2024



1. Dr. H. Amir Muhiddin, M.Si
2. Ahmad Harakan, S.IP., M.H.I
3. Nursaleh Hartaman, S.IP. M.IP

()

()

()

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Nur Hestyliana
Nomor Induk Mahasiswa : 105641105720
Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan Judul "Pendekatan gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal di kota Makassar" adalah sepenuhnya karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain, tidak melakukan penciplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ilmiah ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Makassar, 17 Mei 2024

Yang menyatakan



Nur Hestyliana

KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Segala Puja dan Puji Syukur kita panjatkan Kehadirat Allah S.W.T atas segala limpahan Rahmat dan Karunia-Nya yang tidak ternilai sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan ini diwaktu yang tepat, menjadi syarat dalam memperoleh gelar Strata 1 (S1) di Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Judul “Pendekatan gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal di kota Makassar “. Tak lupa Shalawat serta Salam penulis kirimkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad S.A.W beserta Keluarga dan Sahabat-sahabatnya, semoga tutur kata dan tindakannya senantiasa menjadi cerminan penulis dalam menjalani kehidupan.

Dalam era globalisasi yang semakin meluas, pendekatan baru dalam mempromosikan pariwisata dan memperkuat ekonomi lokal telah menjadi semakin relevan. Kota-kota di seluruh dunia terus berlomba untuk menarik wisatawan dan investasi, menciptakan lingkungan yang berkelanjutan bagi pertumbuhan ekonomi mereka. Dalam konteks ini, gastrodiplomasi telah muncul sebagai sebuah konsep yang menarik, menghubungkan budaya, pariwisata, dan keberlanjutan ekonomi melalui kuliner sebagai sarana utama. Konsep gastrodiplomasi mengaitkan makanan (gastro) dengan diplomasi, atau upaya diplomatis untuk mempromosikan kepentingan nasional suatu negara. Secara sederhana, gastrodiplomasi mengacu pada penggunaan elemen kuliner seperti makanan, minuman, dan budaya kuliner secara strategis untuk membangun hubungan antarnegara, meningkatkan citra negara di mata dunia, dan mendorong pertukaran ekonomi dan budaya.

Dalam upaya untuk memperluas pasar ekspor, praktik gastrodiplomasi dapat berupa berbagai macam tindakan, seperti festival makanan dan minuman, pertukaran kuliner antarnegara, promosi pariwisata berbasis kuliner, hingga promosi produk makanan dan minuman lokal. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan pengetahuan tentang perbedaan budaya, menciptakan hubungan diplomatik yang lebih baik, dan meningkatkan persepsi suatu negara atau kota di mata dunia. Dalam konteks ekonomi lokal dan pariwisata, gastrodiplomasi dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk meningkatkan daya tarik pariwisata suatu destinasi dengan menonjolkan kekayaan kuliner dan budaya makanannya. Hal ini dapat membantu meningkatkan kunjungan wisatawan, menciptakan peluang bisnis baru bagi pelaku usaha kuliner lokal, serta memperkuat identitas budaya dan keberlanjutan ekonomi di tingkat lokal

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya keterlibatan beberapa pihak, olehnya itu penulis bermaksud menyampaikan penghargaan dan rasa hormat setinggi-tingginya kepada :

1. Ayah dan ibu tercinta senantiasa memberikan dukungan dan motivasi serta doa yang menjadi semangat penulis.
2. Bapak Ahmad Harakan, S.IP., M.H.I selaku Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan dan Ibu Nurkhaerah, S.IP.,M.IP selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Ilmu Pemerintahan yang tetap selalu bersedia ditemui dalam membimbing penulis.
3. Bapak Ahmad Harakan, S.IP., M.H.I selaku Pembimbing I yang selalu bersedia membimbing penulis dan cukup ikut andil dalam proses penulis di Jurusan Ilmu Pemerintahan dan Bapak Muhammad Randhy Akbar, S.IP., M.Si yang selalu setia membimbing penulis dalam meningkatkan pengenalan diri.

4. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. Teman-teman terbaik Ummu khalsum, Nurfitriya Anugrah, Nurwahyu Basriadi, Nursaputra A, Nurhikma dan Nurhadis Syakina, yang senantiasa memberikan *support* dan mendengarkan curahan hati ppenulis selama masa perkuliahan.
7. Serta seluruh teman-teman yang telah memberikan banyak bantuan, doa, dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidaklah sempurna, dan belumlah berkualitas sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran demi peningkatan kapasitas dan pemetaan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan cakrawala berfikir setiap orang, serta menjadi sumbangsih bagi bangsa dan negara. Aamiin

Billahi Fii Sabililhaq Fastabiqul Khairat, Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 17 Mei 2024

Penyusun



Nur Hestyliana

NIM : 105641105720

ABSTRAK

NUR HESTYLIANA, Ahmad Harakan, Muhammad Randhy Akbar. Pendekatan Gastrodiplomasi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata Dan Keberlanjutan Ekonomi Lokal

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gastrodiplomasi meningkatkan daya tarik pariwisata di Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data melalui reduksi data, display data dan verifikasi data.

Hasil Penelitian mengenai Pendekatan gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal di kota Makassar. Pertama, Peningkatan jumlah wisatawan dapat dilakukan dengan pengembangan dan promosi aset-aset wisata serta menekankan kekayaan kuliner lokal yang ada di kota Makassar sehingga partisipasi stakeholder sangat diperlukan. Kedua, Pemberdayaan ekonomi lokal melibatkan upaya untuk memanfaatkan potensi ekonomi lokal ini khususnya sektor pariwisata sebagai sarana untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat. Ketiga, Peningkatan kesadaran identitas budaya memanfaatkan promosi warisan budaya lokal termasuk seni tradisi festival dan karya arsitektur untuk menarik minat wisatawan agar datang berkunjung. Keempat, Pengembangan program pendidikan kuliner memberikan reputasi yang kuat dan loyalitas yang tinggi dari pelanggan. Dengan program pendidikan kuliner dapat berperan dalam mempromosikan pariwisata kuliner Makassar. Kelima, Peningkatan pendapatan pariwisata dengan mempromosikan *branding* kuliner dan identitas budaya Makassar. Hal ini sangat berperan dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal. Keenam, Peningkatan Citra kota dalam konteks gastro diplomasi dengan menonjolkan warisan budaya yang unik dan hidangan kuliner yang lezat sehingga Citra kota dapat diperkuat sebagai destinasi pariwisata yang menarik, dan yang ketujuh, Pertumbuhan *branding* kuliner dengan menciptakan merek udara yang kuat bagi kota Makassar sehingga Makassar dapat meningkatkan Citra kota dan menumbuhkan *branding* kuliner yang menarik lebih banyak wisatawan serta mendukung pertumbuhan ekonomi.

Kata kunci: gastrodiplomasi, pariwisata, ekonomi lokal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN AKHIR	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	11
C. Kerangka Pikir	19
D. Fokus Penelitian	21
E. Deskriptif Fokus.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	24

A. Waktu dan Lokasi Penelitian	24
B. Jenis dan Tipe Penelitian	24
C. Sumber Data.....	24
D. Informan Penelitian	25
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Teknik Analisis Data	27
G. Teknik Pengabsahan Data.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Deskripsi Penelitian.....	30
B. Hasil Penelitian	31
C. Pembahasan Penelitian	49
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Informan Penelitian	25
-----------	---------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Analisis Gap Literatur	10
Gambar 2.2	Kerangka Pikir	20
Gambar 4.1	Peta Kota Makassar	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Dokumentasi Penelitian.....	68
Lampiran 2	Permohonan Izin Penelitian.....	73
Lampiran 3	Pengantar Penelitian.....	75
Lampiran 4	Izin Penelitian Dinas Penanaman Modal.....	76
Lampiran 5	Surat Keterangan Penelitian.....	77
Lampiran 6	Surat Keterangan Telah Meneliti.....	70



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gastrodiplomasi berasal dari gabungan kata gastronomi dan diplomasi. Kata gastronomi memiliki arti makanan atau ilmu yang mempelajari seni kuliner. Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk memperkenalkan budaya Indonesia dengan hidangan. Gastrodiplomasi adalah jenis diplomasi publik di mana hidangan khas suatu negara digunakan untuk meningkatkan kesadaran merek suatu negara. Gastrodiplomasi dapat mencakup lebih dari sekedar menikmati makanan khas suatu negara; itu juga dapat menarik orang untuk mempelajari budaya suatu negara melalui makanannya sendiri. Karena peran yang dimainkannya dalam proses komunikasi makanan secara langsung dan tidak langsung, gastrodiplomasi juga disebut sebagai diplomasi publik. Sejak lama, pemerintah juga telah menggunakan metode komunikasi publik ini saat berbicara dengan publik asing. Rasa makanan Indonesia dapat digunakan sebagai alat atau perantara untuk berbicara. Makanan Indonesia sangat beragam dan berasal dari orang lokal dan asing, seperti India, China, Jeang, Belanda, dan Timur Tengah. Keanekaragaman cita rasa ini membuat Indonesia yakin bahwa hidangan Indonesia dapat dipromosikan (Prameswari & Yani, 2023).

Salah satu contoh negara yang mengimplemetasikan gastrodiplomasi yakni Thailand, Thailand menggunakan gastrodiplomasi pada tahun 2002. Dengan kuliner yang diberi nama "*Thai Kitchen of the World*" adalah program pertama yang digunakan Thailand untuk diplomasi publik. Pada tahun 2002,

Negara-negara lain juga mulai menerapkan gastrodiplomasi sejak Thailand memulainya. Jepang melakukan gastrodiplomasi *washoku*, Taiwan melakukan *Dim Sum Diplomacy*, dan Republik Korea melakukan *kimchi* atau *hansik* (Chapple-Sokol, 2013:14) dalam jurnal (Ramadhan et al., 2019) .

Gastrodiplomasi adalah diplomasi budaya yang menggunakan makanan sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran merek bangsa. Ini adalah alat untuk meningkatkan pemahaman antara budaya dengan tujuan meningkatkan kerja sama dan interaksi internasional. Kuliner Indonesia memiliki potensi untuk menjadi alat diplomasi budaya yang kuat. Makanan adalah alat yang sangat efektif untuk berkomunikasi secara nonverbal untuk mengubah persepsi publik internasional dan mempromosikan negara di tingkat global. Kuliner adalah bagian dari budaya setiap negara, dan jika dikelola dengan baik, dapat berkontribusi pada beberapa bidang ekonomi negara. Di sisi lain, memanfaatkan kuliner adalah bagian dari identitas nasional (Ramadhan, 2021).

Gastrodiplomasi menggabungkan diplomasi publik, kebijakan internasional, dan makanan. Untuk tujuan diplomatik, penggunaan makanan disebut diplomasi kuliner. Ini terutama berlaku untuk protokol diplomatik yang lebih formal, di mana makanan digunakan sebagai alat untuk mendorong diplomasi formal selama acara diplomatik resmi, seperti kunjungan kepala negara, duta besar, dan martabat lainnya. Melalui penggunaan makanan dan kesempatan makan sebagai cara untuk melibatkan orang yang mengunjungi, diplomasi kuliner bertujuan untuk membangun koneksi dan memperkuat hubungan bilateral. Makanan diplomatik memiliki potensi untuk meningkatkan reputasi diplomasi publik suatu negara. Sebaliknya, gastrodiplomasi adalah

upaya untuk mempromosikan warisan kuliner dan budaya suatu negara di luar negeri dengan menggunakan strategi yang lebih luas dan informatif (PERTIWI et al., 2023).

Gastrodiplomasi sendiri didirikan dengan menjadikan makanan sebagai dimensi umum dalam kehidupan dan budaya semua orang. Hal ini sering juga dianggap sebagai “diplomasi publik” dengan pemikiran lembut, yang mana advokasi tidak lagi dilakukan secara langsung untuk memberikan pengaruh namun menyerang hubungan emosional (Rockower, 2012: 234).

Selain itu, gastrodiplomasi dapat membantu meningkatkan reputasi negara suatu negara. Hal ini sangat penting karena citra negara adalah salah satu faktor ketertarikan dan kerjasama antar negara yang berdampak pada pertumbuhan negara dari segi politik, ekonomi, dan pariwisata. Tidak diragukan lagi, tujuan tersebut akan tercapai dan berhasil jika implementasinya berjalan dengan lancar dan jika ada upaya yang ditunjukkan untuk meningkatkan citra nasional (Naim et al., 2022).

Konsep gastrodiplomasi sangat cocok untuk digunakan dalam bidang pariwisata dan ilmu sosial dan humaniora secara umum. Ini menjelaskan bagaimana budaya kuliner dan gastronomi digunakan untuk tujuan diplomatik. Salah satu contohnya adalah metode untuk memberikan informasi tentang proyek pariwisata makanan yang melampaui nasionalisme makanan dan mempromosikan wisata regional. Adapun bentuk program gastrodiplomasi yang diterapkan di Indonesia yakni, Pemerintah Indonesia yang bertujuan meningkatkan kinerja ekspor Indonesia. Komoditi ekspor pertanian tertinggi salah satunya adalah kopi yang telah menyumbang 382.750 ton atau sekitar 12,1

persen dari total ekspor pertanian. Tanaman kopi merupakan komoditas ekspor yang mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi dipasaran dunia. Hal ini yang mendorong Pemerintah Indonesia untuk memperkuat ekspor kopi Indonesia ke mancanegara terutama Jepang. Jepang menjadi negara yang memiliki peluang baik untuk membuka bisnis karena Jepang memiliki hubungan bilateral yang baik dengan Indonesia. Bisnis tersebut digunakan sebagai upaya untuk memperkenalkan kuliner khas Indonesia seperti membuka restoran dan kopi khas Indonesia. Banyak kopi khas Indonesia yang terkenal di Jepang seperti kopi Arabika Gayo, kopi Arabika Kintamani, dan lain sebagainya (Imelda, 2024).

Kota Makassar, sebagai pusat ekonomi dan budaya di Indonesia, yang terkenal dengan warisan kulinernya yang kaya dan keahlian memasak yang beragam, menghadirkan peluang unik untuk mengeksplorasi potensi gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal. Makassar memiliki peluang bagus untuk menggunakan gastrodiplomasi untuk meningkatkan daya tarik pariwisatanya. Kuliner kota ini menawarkan kesempatan untuk memikat selera yang berkeliaran dan pikiran yang ingin tahu karena semakin banyak wisatawan yang mencari pengalaman yang lebih mendalam dari pada hal-hal biasa. Dengan menggabungkan pengalaman kuliner ke dalam cerita pariwisatanya, Kota Makassar memiliki kemampuan untuk menciptakan identitas unik yang menarik bagi para pelancong dari seluruh dunia yang mencari keaslian dan pengayaan budaya. Dalam konteks ini, konsep gastrodiplomasi muncul sebagai strategi yang menjanjikan untuk memperkuat citra Kota Makassar melalui kelezatan kuliner.

Gastrodiplomasi tidak hanya berkaitan dengan memperkenalkan hidangan lokal ke kancah internasional, tetapi juga menciptakan pengalaman kuliner yang mendalam bagi wisatawan. Dengan memanfaatkan kekayaan kuliner Kota Makassar, dapat dibangun narasi yang mengundang, menciptakan daya tarik yang khas, dan memperluas pengaruh kota Makassar di dunia maya.

Untuk mencapai hal ini, kota Makassar dapat mengembangkan wisata kuliner yang membawa pengunjung melalui pasar yang ramai, lokakarya seni, dan restoran lokal. Wisatawan yang mencari pertemuan unik juga dapat tertarik untuk bekerja sama dengan koki terkenal untuk membuat hidangan inovatif yang memadukan tradisi dengan inovasi.

Selain berdampak pada pariwisata, menerapkan strategi gastrodiplomasi dapat membantu pertumbuhan ekonomi lokal. Efek riak menyebar ke berbagai sektor ekonomi saat kota ini menunjukkan keahlian kulinernya. Meningkatnya permintaan akan bahan-bahan asli, produk kuliner, dan artefak budaya menguntungkan petani, nelayan, pengrajin, dan bisnis lokal. Ini meningkatkan ekonomi lokal dan meningkatkan rasa kebanggaan dan pemberdayaan masyarakat. Wisata kuliner juga dapat mendorong pertumbuhan industri lain, seperti kursus memasak dan kewirausahaan terkait makanan. Selain meningkatkan keterampilan, upaya ini mendiversifikasi lanskap ekonomi, membuatnya lebih tangguh dan adaptif terhadap perubahan.

Makanan adalah kekuatan yang dapat menyatukan orang di era globalisasi, di mana hubungan budaya menyebar di seluruh dunia. Dengan kemampuan untuk melampaui hambatan bahasa dan politik, gastrodiplomasi muncul sebagai alat yang dapat mengubah diplomasi, pariwisata, dan keberlanjutan ekonomi lokal. Dengan warisan kuliner yang kaya dan keahlian

memasak yang beragam, kota Makassar siap untuk merangkul fenomena ini dan mengukir ceruk khas di dunia kuliner diplomasi.

Makassar adalah kota pertumbuhan utama di Indonesia dengan berbagai makanan dan minuman lokal yang menjadi identitasnya. Salah satu makanan lokal yang paling terkenal adalah Coto Mangkasara, yang diberi nama Kota di nama makanan lokalnya. Coto Mangkasara ada di kerajaan Gowa sejak tahun 1500 M (Rais, 2017) dalam jurnal (Lestari et al., 2023). Coto Makassar merupakan hasil identitas budaya Makassar yang memiliki kekhasan, sehingga pada tahun 2015, ditetapkan sebagai Warisan Budaya Tak Benda oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Toak, seorang juru masak Kerajaan Bajeng (sebuah kerajaan di perbatasan Kabupaten Takalar dan Gowa di Sulawesi Selatan) setiap harinya membuat sajian daging kerbau untuk kalangan kerajaan. Daging kerbau disajikan tanpa bagian lainnya, seperti hati, limfa, usus, dan jeroannya. Hal ini lantas menginspirasi Toak untuk membuat sajian baru dari jeroan dan rempah-rempah tradisional. Hubungan kekerabatan Toak dengan pedagang asing, salah satunya Tiongkok cukup mempengaruhi penyajian masakannya. Ia kemudian memadukan antara rempah-rempah Indonesia dengan hasil rempah (sambel tauco) dari pedagang asing. Tidak tanggung-tanggung, Toak menggunakan 40 (empat puluh) jenis rempah Indonesia atau biasa disebut *Ampah Patang Pulo*.

Sajian yang saat ini kita sebut sebagai Coto Mangkasara' (Coto Makassar) kemudian dibagikan oleh *Toak* kepada warga miskin di sekitar kerajaan, kepada prajurit kerajaan, dan kepada pedagang asing yang kebetulan berada disana. Lambat laun, Coto Makassar menjadi makanan yang disukai dan *Toak* kemudian menyajikan hidangan tersebut kepada Raja. Raja menyukai dan menjadikannya sebagai sajian istimewa kerajaan.

Coto memiliki nilai budaya dan tradisional yang tinggi karena sejarahnya yang panjang sebagai hidangan nasional, khususnya di wilayah Sulawesi Selatan. Hidangan ini sering dikaitkan dengan identitas budaya daerah Makassar dan sering disajikan pada acara-acara adat penting. Saat ini coto merupakan salah satu masakan khas yang masih sangat populer di Indonesia, terutama di wilayah Sulawesi Selatan. Namun seiring berkembangnya penemuan kuliner dan pertukaran budaya, coto semakin terkenal di berbagai daerah di Indonesia bahkan hingga ke luar negeri. Beberapa restoran kini juga mencoba berinovasi dengan menawarkan variasi pada hidangan ini, baik dalam penggunaan bahan maupun penyajiannya, untuk menarik konsumen lebih luas. Selain itu, Coto juga semakin mudah ditemukan di berbagai tempat makan, mulai dari warung makan pinggir jalan hingga restoran mewah. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa coto tetap relevan dan populer di kalangan masyarakat Indonesia dan terus berkembang dengan berbagai inovasi dan variasi yang membuat coto semakin diminati oleh pecinta kuliner .

Cerita di atas adalah salah satu dari berbagai pandangan tentang awal mula munculnya Coto Makassar. Pendapat lain menyatakan bahwa Coto Makassar merupakan hidangan khusus yang disajikan untuk kalangan istana Gowa. Untuk mendapatkan Coto yang lezat, maka harus diramu dengan rempah-rempah berkualitas yang hanya dapat dibeli oleh kalangan kerajaan atau kalangan bangsawan. Berkat kelezatannya, Coto Makassar telah menjadi sajian yang bukan hanya dapat ditemukan di Sulawesi Selatan, di seluruh Indonesia, bahkan Internasional. Ada beberapa negara dimana kita dapat menemukan hidangan coto seperti Spanyol, Australia, Singapura, dan negara lainnya. Pembuat dan penikmatnya biasanya adalah orang Indonesia atau orang-orang

yang tertarik dengan masakan Indonesia dan ingin mencoba hidangan khas dari berbagai daerah di Indonesia (Anggipurnamasari,2019).

Pengembangan industri pariwisata dapat membantu mendorong peningkatan pendapatan devisa pada khususnya, pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri Industri sampingan lainnya (Reskiyani et al., 2022). Penyelenggaraan kepariwisataan di Sulawesi Selatan terutama dalam hal kemitraan pemerintah dengan swasta dalam promosi kunjungan wisata diatur dalam Peraturan Daerah Provinsi Sulawesi Selatan nomor 1 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata di Sulawesi Selatan. Penyelenggaraan kepariwisataan yang dimaksud telah tercantum dalam Peraturan Daerah provinsi Sulawesi Selatan nomor 1 tahun 2011 Bab I Pasal 7 adalah kelembagaan kepariwisataan, usaha pariwisata, destinasi pariwisata dan pemasaran. Namun belum ada Undang-undang khusus yang membahas tentang gastrodiplomasi. Disamping itu pemerintah juga mempunyai perda RIPPNAS (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional) yang kemudian dijabarkan menjadi RIPP Provinsi Sulawesi Selatan dan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) (Rudi et al., 2017).

Dalam situasi seperti ini, Kota Makassar muncul sebagai studi kasus merujuk pada fokus atau perhatian khusus terhadap Kota Makassar sebagai contoh yang menarik untuk dipelajari dalam upaya memahami bagaimana warisan kuliner dapat dimanfaatkan untuk tujuan diplomasi, pariwisata, dan ekonomi. Hal yang menarik dari kota Makassar karena warisan kulinernya yang kaya dan berbagai keterampilan memasak yang memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi potensi diplomasi makanan untuk meningkatkan daya tarik

pariwisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Pendekatan Gastrodiplomasi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata Dan Keberlanjutan Ekonomi Lokal Di Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas. Maka, yang menjadi rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu, Bagaimana gastrodiplomasi diterapkan untuk meningkatkan daya tarik di kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas. Maka, tujuan penelitian ini, Untuk mengetahui bagaimana gastrodiplomasi meningkatkan daya tarik pariwisata di Kota Makaasar.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian secara teoritis ini di harapkan dapat memberikan manfaat penting dalam ilmu pengetahuan, pemahaman konsep, pemecahan masalah, dan kontribusi pada bidang penelitian yang lebih luas.

2. Secara Praktis

Penelitian dapat menyelesaikan masalah penelitian. Manfaat praktis ini dapat menjelaskan manfaat dan memecahkan masalah secara praktis.

gastrodiplomacy. Klaster 3 dengan warna biru mencakup 5 item yakni *gastrodiplomacy*, *culinary diplomacy*, *politic*, *national identity*, *gastronationalism*. Klaster 4 dengan warna hijau mencakup *local economy*, *local food*, *gastronomic tourism*, *culture*, *tourism industry*. Klaster 5 dengan warna ungu mencakup *economic development*, *public diplomacy*, *culinary tourism*. Dari hasil olahan data *vosviewer* ditemukan dalam penelusuran kepustakaan menggunakan *platform "publish or perish"*. Artikel-artikel tersebut kemudian telah di analisis dan di masukan ke dalam aplikasi *vosviewer* guna mengidentifikasi fokus, lokasi, dan objek penelitian yang telah di lakukan sebelumnya.

Berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, tidak ditemukan judul yang sama persis dengan judul peneliti, hanya saja ada sedikit persamaan yang terletak pada *gastrodiplomasi*. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang di gunakan serta lokasi penelitian tersebut.

B. Kajian Teori

1. Gastrodiplomasi

Bagian dari negosiasi yang memanfaatkan budaya makan dan makanan untuk membangun citra dan persepsi asing terhadap suatu budaya disebut *gastrodiplomasi*. Dalam diplomasi, makanan berfungsi sebagai bagian dari visualisasi identitas strategis melalui eksplorasi artefak budaya untuk dunia (Firdaus Al Ghafiqi et al., 2023).

Gastrodiplomasi adalah cara diplomasi budaya yang memanfaatkan kekayaan makanan bangsa untuk kepentingan negara (PERTIWI et al., 2023). Makanan dapat digunakan sebagai instrumen kebijakan untuk

memperkuat peran negara di forum internasional dan meningkatkan citra di berbagai kegiatan kenegaraan, yang membuatnya sangat efektif.(Diahtantri et al., 2021).

Dalam gastrodiplomasi, makanan dan kuliner digunakan sebagai alat diplomasi untuk membangun hubungan yang baik antara negara atau budaya. Ini melibatkan pertukaran budaya melalui makanan, pembentukan ikatan emosional, dan pembukaan pintu untuk diskusi internasional. "Gastrodiplomasi adalah alat diplomasi publik yang melibatkan promosi makanan dan minuman sebagai sarana untuk meningkatkan citra suatu negara di mata dunia" (hlm. 3), menurut Paul Rockower (2017).

Sebagai negara kekuatan tengah, Indonesia harus menggunakan platform kuliner diplomasi untuk mempromosikan makanannya sebagai daya tarik bagi masyarakat internasional, yang akan menghasilkan peningkatan kunjungan wisatawan asing (History & Politics, 2023). Makanan telah menjadi bahasa universal yang dapat menjangkau berbagai latar belakang budaya dan orang-orang di seluruh dunia di era globalisasi. Konsep ini mengakui bahwa budaya makanan memiliki daya tarik unik dan memiliki potensi kuat untuk menyatukan orang di seluruh dunia.

Pada saat ini, kuliner juga dapat dianggap sebagai salah satu obyek wisata karena keberadaan kuliner khas daerah wisata yang beragam dan sudah dibuktikan melanda atau bertahan selama bertahun-tahun. Oleh karena itu, ada di daerah wisata adalah sesuatu yang harus ada dan tersedia di kota wisata. Ini terkait dengan budaya orang Indonesia yang selalu membawa buah tangan kepada keluarga atau teman setelah bepergian atau melakukan kegiatan wisata(Arsitektural, 2023).

Gastrodiplomasi adalah cara untuk menggunakan hidangan sebagai alat untuk menunjukkan identitas dan budaya suatu negara kepada masyarakat luas. Salah satu tindakan *soft power* adalah gastrodiplomasi. Makanan dapat dianggap sebagai produk lokal atau bagian dari kebudayaan seseorang. Diplomasi kebudayaan adalah bagian dari diplomasi publik, dan gastrodiplomasi adalah bagian dari diplomasi kebudayaan. Dalam hal ini, makanan digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan kuliner, wisata, dan budaya ke masyarakat internasional. Sebagai pengucap (presentasi) diplomasi ekonomi, gastrodiplomasi harus didukung oleh diplomasi politik yang memadai. Melalui meja makan, jalinan hubungan positif antara dua negara sahabat dapat diperkuat. Makanan juga dapat menumbuhkan pertemanan, kerjasama, dan solidaritas. Karena peran mereka sebagai perwakilan negara, peran diplomat sangat penting dalam dunia diplomasi. Diplomat berfungsi sebagai mata dan telinga negara (Prameswari & Yani, 2023).

a) Teori-teori Gastrodiplomasi

Paul R. memberikan berbagai pandangan mengenai karakteristik gastrodiplomasi, dengan membandingkan praktik diplomasi kuliner.

Rockower mengkarakteristikan praktek gastrodiplomasi sebagai berikut:

- 1) Berdiplomasi publik yang mencoba berkomunikasi mengenai budaya kuliner dengan publik asing dengan cara yang lebih luas, dan memfokuskan diri pada publik yang lebih luas dari pada level elit saja.

2) Praktek gastrodiplomasi ini berusaha untuk meningkatkan citra merek makanan bangsa melalui diplomasi budaya yang kemudian menyoroti dan mempromosikan kesadaran dan pemahaman budaya kuliner nasional kepada publik asing.

3) Gastrodiplomasi berupa hubungan *state to public relations*.

Rockower (2012), seorang pakar teori gastrodiplomasi, mengatakan bahwa ada perbedaan antara diplomasi pangan dan diplomasi kuliner. Makanan digunakan dalam gastrodiplomasi untuk meningkatkan kesadaran dan ketertarikan terhadap sejarah dan elemen budaya suatu negara. Menggunakan berbagai jenis makanan untuk melakukan diplomasi hampir sama dengan gastrodiplomasi. Namun, kuliner diplomasi digunakan untuk berbicara secara formal dalam acara diplomatik resmi dan menysasar diplomat dan pemimpin negara lain. Yang terakhir, negara melakukan diplomasi makanan dengan memberikan bantuan makanan kepada negara lain yang sedang krisis, bencana, atau dalam kondisi sulit. Gastrodiplomasi adalah upaya untuk meningkatkan reputasi suatu bangsa dengan menarik selera khalayak global dan meningkatkan kesadaran merek pada aspek budaya dan sejarah. Selain itu, dia mendefinisikan gastrodiplomasi sebagai bagian dari diplomasi publik. Sejalan dengan apa yang telah diuraikan oleh Rockower (2012), Baskoro (2017) juga menyatakan hal serupa, menjelaskan bahwa konteks ini harus dijelaskan dengan jelas, sehingga tidak menimbulkan kekeliruan logika dalam memahaminya kerangka konseptual gastrodiplomasi. ada perbedaan antara konteks di atas segi

tujuan dan ruang lingkupnya seperti yang dijelaskan oleh Rockower (2012 hal.237) sebagai berikut:

- a. Gastrodiplomasi merupakan praktik diplomasi yang dilakukan suatu negara dengan cara menggunakan makanan lokal atau khusus sebagai alat antar negara untuk belajar dan memahami budaya satu sama lain dan diharapkan negara-negara ini akan memahaminya menjalin kerja sama yang sehat.
- b. Diplomasi kuliner adalah diplomasi melalui makanan, dimana diplomasi ini berada hanya dilakukan oleh pemerintah negara bagian. Juga, ini formal praktik diplomasi yang dilakukan pemerintah dan mempunyai cakupan yang sangat sempit.
- c. Diplomasi pangan merupakan praktik diplomasi yang dilakukan oleh suatu negara biasanya memiliki tingkat kemiskinan yang tinggi. Oleh karena itu, dalam diplomasi pangan, Upaya negara dalam diplomasi ini adalah untuk menarik simpati masyarakat dunia internasional dan dari sini dapat membentuk citra positif bagi negara.

Dalam penggunaan indikator, dapat diukur sejauh mana makanan khas suatu negara diadopsi dan diminati oleh masyarakat internasional. Indikator ini dapat mencakup jumlah restoran khas negara tersebut yang ada di luar negeri atau peningkatan ekspor produk makanan khas.

1. Teori pertukaran budaya, teori ini menekankan pertukaran budaya melalui makanan. Menurut ahli gastrodiplomasi Kanada, Dr. Pierre

Desrochers, "Makanan adalah bahasa universal yang dapat memfasilitasi pertukaran budaya." Indikator dalam konteks ini dapat mencakup tingkat partisipasi dalam acara pertukaran kuliner, seperti festival makanan internasional atau program pertukaran kuliner.

2. Teori identitas Nasional, teori ini berpendapat bahwa makanan adalah bagian integral dari identitas nasional. Profesor Michael O. Wise, seorang ahli gastrodiplomasi, menyatakan, "Makanan adalah cara yang kuat untuk memperkuat dan menyampaikan identitas nasional." Dalam hal ini, indikator dapat mencakup peningkatan pemahaman dunia tentang identitas nasional suatu negara melalui makanan, yang dapat diukur melalui survei dan studi opini.
3. Teori Kekuatan Soft power, Salah satu konsep terkemuka dalam diplomasi adalah "kekuatan lunak" (soft power), yang diperkenalkan oleh Joseph S. Nye Jr. Indikator dalam konteks ini adalah bagaimana penggunaan makanan dan budaya kuliner dapat memengaruhi persepsi dunia terhadap negara tertentu. Jika suatu negara berhasil menggunakan gastrodiplomasi untuk menciptakan citra positif, ini dapat diukur melalui survei opini internasional atau analisis media.
 - a. Menurut Harsanta dan Triwidayanti (2020) pada saat ini wisata kuliner bisa dikatakan berkembang pesat dikarenakan tren wisatawan sekarang adalah berkunjung ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut (Journal, 2023).
 - b. Makanan lokal khas suatu daerah yang akan memberikan pengalaman unik tersendiri kepada wisatawan yang berkunjung

untuk menikmati makanan dengan tradisi dan rasa yang berbeda dari daerah asalnya (Kristiana et al., 2023). Salah satu teori utama dalam gastrodipomasi adalah teori keunikan kuliner. Ahli gastrodipomasi, seperti Paul Rockower, berpendapat bahwa setiap negara memiliki warisan kuliner yang unik. Dalam penelitiannya, Rockower menyatakan, "Makanan adalah salah satu aspek paling kuat dari identitas budaya suatu negara." Dengan kata lain, makanan khas suatu negara mencerminkan sejarah, budaya, dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakatnya.

2. Konsep Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata di Indonesia menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 (5) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidangnya. Sebagai salah satu penggerak ekonomi dunia, pariwisata dapat berdampak baik atau buruk pada keberlangsungan hidup alam.

Pariwisata didefinisikan sebagai "segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan" dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berusaha atau berwirausaha. Berbagai jenis usaha yang terkait dengan pariwisata bergantung pada inovasi pengusaha swasta, baik yang bermodal kecil maupun besar, untuk menyediakan jasa atau produk yang diperlukan oleh wisatawan (Wiseza, 2017).

Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) menyatakan bahwa pariwisata telah menjadi bagian penting dari ekonomi dunia dan memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan nasional banyak negara. Organisasi tersebut menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan salah

satu dari lima industri teratas dalam hal pertumbuhan lapangan kerja, menyediakan lapangan kerja dalam berbagai bidang, seperti layanan pelanggan, kebersihan, transportasi, manajemen destinasi, dan pariwisata.

Baik manfaat budaya maupun ekonomi dari pariwisata budaya saling mendukung. Pariwisata budaya adalah salah satu cara penting untuk mencapai tujuan ekonomi Indonesia karena keanekaragaman budaya di berbagai wilayahnya. Dengan menjadikan destinasi pariwisata budaya sebagai tempat favorit bagi wisatawan, terutama wisatawan asing, pariwisata budaya menjadi referensi nyata bagi Indonesia untuk menerapkan diplomasi kebudayaan (Prabhawati, 2018).

Menurut Harsanta dan Triwidayanti (2020) pada saat ini wisata kuliner bisa dikatakan berkembang pesat dikarenakan tren wisatawan sekarang adalah berkunjung ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut (Journal, 2023).

3. Keberlanjutan Ekonomi Lokal

Konsep pembangunan yang didasarkan pada kemampuan lokal yang semakin berkembang disebut pengembangan ekonomi lokal. Kemitraan adalah dasar pengembangan ekonomi lokal. Keberhasilan dan keberlanjutan program pengembangan ekonomi lokal dalam suatu wilayah sangat bergantung pada kerja sama antara pemerintah daerah, bisnis swasta, dan Masyarakat (Ari Susanti et al., 2013).

Proses di mana pemerintah lokal atau organisasi berbasis masyarakat berusaha untuk mendorong dan mempertahankan bisnis dan kesempatan kerja disebut pengembangan ekonomi lokal. Di mana

pengembangan ekonomi lokal digunakan untuk memaksimalkan pemanfaatan sumber daya lokal dengan melibatkan masyarakat lokal, dunia usaha, pemerintah, dan organisasi masyarakat untuk mengembangkan ekonomi lokal. (Farhan et al., 2020).

PEL adalah proses pembangunan ekonomi di mana stakeholder lokal, swasta dan masyarakat, berkolaborasi dengan pemerintah daerah melalui instrumen kebijakannya untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menumbuhkan ekonomi lokal. Keterlibatan pihak berwenang dalam proses tersebut tidak semata-mata menetapkan tindakan yang harus dilakukan, tetapi juga menetapkan metode untuk melakukannya. Untuk mengatasi masalah ekonomi masyarakat, aktor lokal memiliki peran strategis untuk mendorong pembangunan ekonomi lokal (Saputra & Agustina, 2021).

Pengembangan ekonomi lokal dapat memperkuat daya saing ekonomi nasional, mengurangi ketimpangan regional, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Adila et al., 2023).

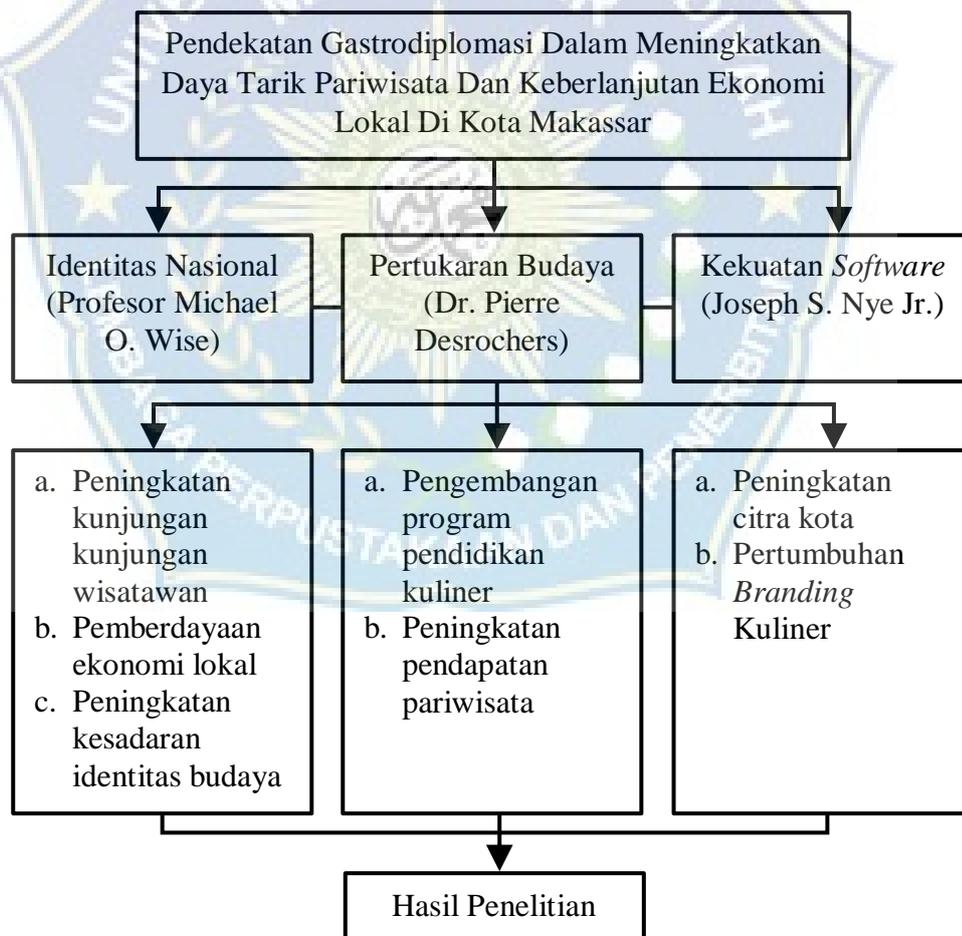
C. Kerangka Pikir

Untuk memahami potensi pariwisata Kota Makassar dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, kerangka pikir ini dibuat. Dalam era globalisasi yang semakin berkembang, menjaga keberlanjutan ekonomi lokal menjadi semakin sulit. Oleh karena itu, konsep kreatif seperti "gastrodiplomasi" harus menjadi fokus utama dari kerangka pikir ini.

Di tengah persaingan global saat ini, keunikan makanan lokal menjadi salah satu daya tarik utama pariwisata kota. Oleh karena itu, pengembangan dan promosi makanan lokal dapat secara signifikan meningkatkan jumlah

wisatawan yang datang ke kota, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Konsep gastrodiplomasi dari perspektif ini, melihat bagaimana pengembangan dan promosi makanan lokal dapat menjadi alat yang efektif untuk diplomasi budaya dan bagaimana hal itu dapat membantu pertumbuhan ekonomi lokal. Kami juga akan mempelajari berbagai faktor pendukung dan penghalang implementasi gagasan ini di Kota Makassar, dan kami akan membuat saran strategis untuk memaksimalkan potensi gastrodiplomasi dalam konteks ini.



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk menggali pendekatan gastrodiplomasi sebagai alat strategis dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan mempromosikan keberlanjutan ekonomi lokal di Kota Makassar. Ini adalah upaya untuk memahami, menganalisis, dan merumuskan strategi yang dapat memanfaatkan kekayaan kuliner dan budaya Makassar untuk menciptakan dampak positif pada pariwisata dan pertumbuhan ekonomi.

E. Deskriptif Fokus

Penelitian ini berfokus mendalam dan menganalisis peran gastrodiplomasi dalam memperkuat daya tarik pariwisata serta mendukung keberlanjutan ekonomi lokal di Kota Makassar. Dalam konteks ini, terdapat beberapa teori dalam penerapan gastrodiplomasi. Penelitian akan memusatkan perhatian pada bagaimana penerapan konsep gastrodiplomasi dapat diaplikasikan dengan beberapa cara dengan demikian hal ini mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan dan pertumbuhan ekonomi lokal sehingga tercapainya Peningkatan Kunjungan Wisatawan sehingga gastrodiplomasi memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan sektor ekonomi lokal, serta pemeliharaan identitas budaya daerah di kota Makassar. Sebagaimana dalam fokus penelitian, adapun deskripsi fokus penelitian menggunakan teori pendekatan gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal yang terdiri dari atas 7 indikator yaitu:

1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, Mempelajari *trend* atau perubahan jumlah kunjungan wisatawan dalam periode waktu tertentu. Dengan menonjolkan berbagai kekayaan kuliner lokal yang beragam, kota

dapat menjadi destinasi yang menarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman kuliner sehingga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Pemberdayaan ekonomi lokal, pemberdayaan ekonomi lokal merujuk pada upaya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di tingkat lokal atau daerah melalui berbagai kegiatan ekonomi, pembangunan infrastruktur, pelatihan keterampilan, dan pengembangan sumber daya manusia. Dalam konteks pariwisata, pemberdayaan ekonomi lokal berarti memastikan bahwa manfaat ekonomi yang dihasilkan dari industri pariwisata secara adil dan berkelanjutan dinikmati oleh masyarakat setempat.
3. Peningkatan kesadaran identitas budaya, merujuk pada proses di mana individu atau komunitas mulai mengakui, menghargai, dan memahami nilai-nilai, tradisi, serta warisan budaya yang dimiliki oleh suatu kelompok atau masyarakat. Dan dapat melibatkan analisis perubahan sosial, efektivitas program-program pendidikan dan promosi budaya, serta dampaknya terhadap pengembangan hubungan antarbudaya dan pemahaman lintas budaya.
4. Pengembangan program pendidikan kuliner, melibatkan perancangan dan implementasi kurikulum serta kegiatan pembelajaran yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman yang mendalam tentang seni kuliner dan industri makanan. Serta melibatkan kolaborasi antara profesional kuliner, pengajar, dan praktisi industri makanan untuk memastikan relevansi dan kualitas dari materi pembelajaran yang disampaikan. Tujuannya adalah untuk mempersiapkan para pelajar dengan

keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk sukses dalam karir di industri kuliner yang dinamis dan berkembang pesat.

5. Peningkatan pendapatan pariwisata, merujuk pada pertumbuhan atau peningkatan jumlah uang yang diperoleh atau dihasilkan oleh suatu destinasi melalui aktivitas pariwisata. Peningkatan kualitas kuliner di Makassar diharapkan dapat menarik lebih banyak wisatawan kuliner. Dengan menyediakan pengalaman unik, program ini dapat meningkatkan pengeluaran wisatawan, memberikan dampak positif pada pendapatan pariwisata.
6. Peningkatan citra kota, meningkatkan persepsi dan reputasi suatu kota di mata penduduk lokal, wisatawan, investor, dan masyarakat luas. Melalui gastrodipomasi, Makassar dapat mengarahkan upaya untuk membangun citra kota yang positif. Ini melibatkan penekanan pada kekayaan budaya, keindahan alam, dan khususnya kuliner lokal sebagai elemen utama yang dapat meningkatkan citra positif kota di mata wisatawan dan masyarakat global.
7. Pertumbuhan *Branding* kuliner, untuk menyelidiki fenomena ini dengan lebih mendalam, memahami dinamika di balik pembangunan merek kuliner, serta mengeksplorasi implikasinya terhadap ekonomi, budaya, dan masyarakat, serta mempromosikan *branding* kuliner di kota Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini akan berlangsung selama 2 bulan lamanya. Adapun lokasi utama penelitian akan dilakukan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan.

B. Jenis Dan Tipe Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang akan digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan suatu masalah, terkait dengan penerapan gastrodiplomasi untuk daya tarik pariwisata serta dampak bagi keberlanjutan ekonomi lokal di Kota Makassar.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai potensi dan Manfaat Gastrodiplomasi untuk meningkat daya tarik pariwisata b sehingga juga berdampak keberlanjutan ekonomi lokal di kota Makassar.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti dari sumber pertamanya. Data primer dapat di peroleh peneliti dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang selain dari data primer yang di perlukan peneliti sebagai bahan pendukung dalam penelitian. Data Sekunder yang di maksud adalah data yang di peroleh oleh peneliti melalui penelusuran terhadap sumber-sumber informasi yakni dari buku-buku, artikel internet, dan catatan tertulis yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian.

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yakni menentukan informan tidak berdasarkan pada strata maupun kedudukan tetapi berdasarkan pada sumber data, tujuan dan pertimbangan yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Penentuan informan atau responden penelitian sangat penting karena sebagai *key informant*. Informan penelitian ini disesuaikan dengan kebutuhan penelitian terkait dengan pendekatan gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal di kota Makassar. Adapun informan penelitian ini yaitu:

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No.	Nama	Inisial	Jabatan
1.	Safaruddin,SS	S	Kepala bidang dinas pariwisata kota Makassar
2.	H. Jamaluddin Dan Hj. Suharni	1. J 2. HS	Pemilik warung kuliner Lokal Coto Gagak di Jl. Gagak No.27, Mariso, Kota Makassar
3.	1. Restu 2. Anjas	3. R 4. A	Wisatawan (Pengunjung)

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, untuk

memperoleh data yang lengkap, akurat dan dapat di pertanggungjawabkan kebenaran ilmiahnya, adapun teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian sebagai berikut;

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah proses pengambilan data yang dilakukan penulis. Ada beberapa alasan mengapa dalam penelitian kualitatif di perlukan pengamatan yaitu sebagai berikut.

- a) Teknik pengambilan ini di dasarkan atas pengalaman secara langsung.
- b) Teknik pengamatan juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.
- c) Pengamatan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proposisional maupun pengetahuan yang langsung di peroleh dari data.
- d) Teknik pengamatan memungkinkan peneliti mampu memahami situasi-situasi yang rumit.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data dengan jalan mengajukan pertanyaan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian, instrument ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai fakta, keyakinan, perasaan, niat dan sebagainya. Adapun jenis wawancara yang akan dipilih dalam pengumpulan data ini adalah wawancara terstruktur.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengambilan data yang di peroleh melalui dokumen atau catatan peristiwa yang sudah berlalu. Studi dokumentasi

merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam hal ini peneliti dapat mengumpulkan data-data berupa dokumentasi gambar atau foto terkait Gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal di Kota Makassar.

F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman untuk menganalisis data hasil penelitian (Sugiyono, 2020) diantaranya yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing and verification*).

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan sajian analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal yang tidak penting dan mengatur sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan. Dengan kata lain, reduksi data bertujuan mempermudah pemahaman terhadap data yang telah terkumpul dari hasil catatan lapangan dengan cara merangkum, mengklarifikasi sesuai masalah dan aspek-aspek permasalahan yang diteliti. Kegiatan yang dapat dilakukan dalam reduksi data ini adalah:

- a) Mengumpulkan data dan informasi dari catatan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh peneliti dari sumber penelitian.
- b) Mencari hal-hal yang dianggap penting dari setiap aspek temuan penelitian.
- c) Membuang data-data yang tidak diperlukan dari setiap aspek temuan.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam hal ini, penyajian data disajikan berdasarkan data yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian untuk disusun secara baik, runtut sehingga mudah dilihat, dibaca, dan dipahami. Kegiatan pada tahap ini adalah:

- a) Membuat rangkuman secara sistematis.
- b) Memberi makna pada setiap rangkuman tersebut dengan memperhatikan kesesuaian dengan kajian penelitian.

3. Verifikasi Data

Verifikasi data atau penarikan kesimpulan yaitu kesimpulan yang ditarik dari semua hal yang terdapat dalam reduksi dan sajian data. Setelah melakukan reduksi dan sajian data, peneliti akan menyimpulkan apa yang telah menjadi temuan pada saat penelitian dilakukan.

G. Teknik Pengabsahan Data

Pengabsahan data merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Karena tanpa pengabsahan data yang diperoleh dari lapangan, maka akan sulit bagi seorang peneliti untuk mempertanggung jawabkan hasil penelitiannya. Dalam hal ini, peneliti menggunakan uji keabsahan data. Menurut Sugiyono (2011:11), diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Agar data yang diperoleh lebih jelas dan memiliki kekuasaan realibilitas, maka peneliti juga melakukan uji keabsahan data. Dalam uji keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan teknik triangulasi data. Namun

triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, yaitu menggali data dengan satu teknik dan sumber yang berbeda. Sehingga data yang ad teknik yang sama tetapi kepada sumber yang berbedaa dicek dengan beda. Untuk memperoleh uji keabsahan data dilapangan yang sesuai dengan masalah yang akan diteliti maka penulis menggunakan teknik Triangulasi, Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini d iartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber, Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dil akukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dgn teknik yang sama.
2. Triangulasi Teknik, Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi Waktu, Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data (Sugiyono, 2016: 274). Triangulasi waktu menguji kredibilitas dengan cara melakukan pengecekan dengan observasi, wawancara, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai menemukan kepastian data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian.

Pendekatan gastrodipomasi merupakan strategi yang menggabungkan elemen-elemen diplomasi dengan promosi kuliner untuk mencapai berbagai tujuan, termasuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal. Di konteks Makassar, pendekatan ini dapat menjadi kunci untuk memanfaatkan potensi kuliner kota sebagai alat untuk memperkuat citra internasionalnya, mendukung pertumbuhan industri pariwisata, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal. Hal ini melibatkan pencitraan dan pemasaran produk kuliner yang unik dan autentik dari Makassar, seperti Coto Makassar, Konro, Pisang Epe, dan lain-lain. Melalui promosi yang tepat, kuliner lokal ini dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang berkunjung ke kota Makassar. Kota Makassar dapat memanfaatkan diplomasi kuliner untuk memperkuat identitasnya sebagai destinasi kuliner terkemuka. Hal ini juga melibatkan partisipasi dalam acara-acara kuliner internasional, pertukaran koki, dan promosi kuliner di tingkat internasional. Dengan memperkuat citra Makassar sebagai tujuan kuliner, kota Makassar dapat menarik lebih banyak wisatawan dari berbagai belahan dunia.

Kota Makassar adalah kota yang terletak dekat dengan pantai yang membentang sepanjang koridor barat dan utara dan juga dikenal sebagai “*Waterfront City*” yang mengalir beberapa sungai seperti Sungai Tallo, Sungai Jeneberang, dan Sungai Pampang yang kesemuanya bermuara ke dalam kota. Kota Makassar merupakan hamparan daratan rendah yang berada pada ketinggian antara 0-25 meter dari permukaan laut.



Gambar 4.1 Peta Kota Makassar

Makassar merupakan pusat transportasi yang penting di kawasan timur Indonesia. Kota ini memiliki Bandara Internasional Sultan Hasanuddin yang melayani penerbangan domestik dan internasional. Selain itu, terdapat juga pelabuhan laut yang menghubungkan Makassar dengan berbagai pulau di sekitarnya. Dengan lokasinya yang strategis di antara pulau-pulau lain di Indonesia, Makassar menjadi pusat perdagangan, bisnis, dan pariwisata yang penting di kawasan timur Indonesia.

Makassar adalah salah satu dari empat pusat pertumbuhan utama di Indonesia, bersama dengan Medan, Jakarta, dan Surabaya. Dengan memiliki wilayah seluas 175,77 km² dan jumlah penduduk 1.474.393 (2023) dengan rincian Laki-laki sebanyak 732 391 jiwa dan perempuan 742 002 jiwa. Terbagi atas 15 kecamatan.

B. Hasil Penelitian

Pendekatan gastrodiplomasi telah menjadi strategi yang semakin populer dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal di banyak negara. Gastrodiplomasi menghubungkan diplomasi dengan

makanan dan budaya kuliner untuk mempromosikan pemahaman lintas budaya, pertukaran budaya, dan pembangunan ekonomi.

Dalam konteks pariwisata, gastrodiplomasi memanfaatkan kekayaan kuliner lokal untuk menarik wisatawan. Ini bisa melibatkan promosi makanan tradisional, festival makanan, tur kuliner, dan kelas memasak. Wisatawan sering mencari pengalaman kuliner autentik, dan gastrodiplomasi memungkinkan destinasi pariwisata untuk menonjolkan keunikan kuliner mereka, menarik wisatawan yang ingin menjelajahi budaya melalui makanan.

Selain meningkatkan pariwisata, gastrodiplomasi juga dapat memperkuat keberlanjutan ekonomi lokal. Dengan mempromosikan makanan lokal, program gastrodiplomasi dapat mendukung para produsen, petani, dan pelaku usaha kecil di komunitas lokal. Ini bisa mencakup pengembangan rantai pasokan lokal, pelatihan keterampilan untuk pengusaha makanan, dan promosi produk makanan lokal baik di pasar domestik maupun internasional.

Namun, penting untuk memperhatikan beberapa hal dalam menerapkan pendekatan ini. Pertama, harus ada keseimbangan antara promosi makanan lokal dan perlindungan keberagaman makanan dan budaya. Kedua, perhatian harus diberikan pada keberlanjutan lingkungan, termasuk praktik pertanian dan produksi makanan yang ramah lingkungan. Ketiga, kolaborasi antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat lokal penting untuk keberhasilan program gastrodiplomasi.

Dengan demikian, pendekatan gastrodiplomasi dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan memperkuat ekonomi lokal sambil mempromosikan pemahaman lintas budaya dan keberlanjutan lingkungan. Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti mencoba menggali

informasi dari beberapa informan terkait Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, Pemberdayaan ekonomi lokal, Peningkatan kesadaran identitas budaya, Pengembangan program pendidikan kuliner, Peningkatan pendapatan pariwisata, Peningkatan citra kota, Pertumbuhan *Branding* kuliner. Berikut ini adalah hasil penelitian berdasarkan 7 indikator sebagai berikut:

1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sering kali terkait dengan daya tarik destinasi wisata. Destinasi yang menawarkan keindahan alam, situs sejarah dan budaya, atraksi wisata, serta pengalaman unik sering kali menjadi magnet bagi wisatawan. Oleh karena itu, pengembangan dan promosi aset-aset wisata yang menarik dapat membantu meningkatkan jumlah kunjungan.

Pengalaman wisatawan selama kunjungan mereka sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang mereka terima. Keramahan dan keramahtamahan lokal, kebersihan dan keamanan, serta kualitas layanan di sektor pariwisata seperti restoran, hotel, dan atraksi wisata, semuanya berkontribusi pada kepuasan wisatawan dan kemungkinan kunjungan ulang atau rekomendasi kepada orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kabid Dinas pariwisata kota Makassar menyatakan bahwa:

“Kalau kita berbicara tentang gastro diplomasi kita berbicara kuliner, berbicara bukan hanya soal makanan tetapi ada filosofi. Tahun lalu walikota makassar memunculkan tagline makassar kota makan enak. Itu dikarenakan banyaknya ragam kuliner yang ada di kota makassar beberapa tahun sebelumnya makassar juga punya 10 icon kota makassar. Kenapa itu menjadi salah satu potensi daya tarik wisata kami menganggap gastronomi menjadi salah satu media yang

memperkenalkan budaya dan karakteristik kota makassar. Misalnya kalau kita lihat filosofi dari Kue Putu Bugis adalah kue tradisional Makassar yang terbuat dari tepung beras dan santan, dengan taburan kelapa parut dan gula merah. Penyajian Kue Putu Bugis sering kali melibatkan proses berbagi dan memberi kepada orang lain. Hal ini mencerminkan nilai-nilai kebersamaan, keramahtamahan, dan solidaritas sosial yang kuat dalam budaya Makassar. Keterlibatan kue ini dalam interaksi sosial mengukuhkan ikatan antar individu dan memperkuat hubungan antar anggota masyarakat. Itu salah satu yang mewakili karakter khas dari budaya kita.” (Wawancara dengan S, 27 Maret 2024)

Adapun hasil wawancara terhadap informan yakni menyatakan bahwa:

“Peningkatan kunjungan pariwisata di Kota Makassar memang menjadi sorotan positif dalam beberapa tahun terakhir. Ada beberapa faktor yang kami lihat berkontribusi dalam peningkatan ini. Pertama, kami telah meningkatkan promosi pariwisata secara aktif baik melalui media sosial maupun kampanye pemasaran langsung. Kami juga telah bekerja sama dengan agen perjalanan dan pihak terkait untuk meningkatkan visibilitas destinasi pariwisata Kota Makassar. Selain itu, kami juga terus berupaya meningkatkan fasilitas dan infrastruktur pariwisata, serta memberikan pelatihan kepada pelaku pariwisata lokal untuk meningkatkan kualitas layanan. Semua upaya ini telah memberikan hasil yang positif dengan meningkatnya minat wisatawan untuk mengunjungi Kota Makassar.” (27 Maret 2024).

Adapun hasil wawancara terhadap beberapa informan yakni menyatakan bahwa:

“.... Kami juga akan fokus pada pengembangan produk pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis budaya lokal, serta meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan. Selain itu, kami akan terus melakukan evaluasi dan adaptasi terhadap kebijakan pariwisata sesuai dengan perkembangan terkini.”
(27 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas, gastronomi sebagai sarana diplomatik yang efektif untuk mempromosikan budaya lokal. Sebuah destinasi dapat menarik wisatawan untuk menjelajahi dan memahami lebih dalam budaya setempat dengan menekankan kekayaan kuliner lokal. Pemerintah setempat

berusaha mempromosikan Makassar sebagai destinasi kuliner yang menarik dengan menggunakan tagline "Makassar Kota Makan Enak". Ini juga menunjukkan potensi pariwisata gastronomi untuk menarik wisatawan. Penekanan pada 10 *icon* kota Makassar menunjukkan betapa pentingnya mempromosikan tradisi lokal sebagai daya tarik wisata. Destinasi dapat membedakan diri dan meningkatkan daya tarik wisatawan dengan memperkenalkan dan memperkuat identitas budaya lokal.

Tabel jumlah Kunjungan Pariwisata

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Pariwisata Kota Makassar
1	2019	4.458.448 wisatawan nusantara dan 111.147 wisatawan mancanegara
2	2020	1.540.468 wisatawan nusantara dan 29.358 wisatawan mancanegara
3	2021	Tahun 2021: 1.695.183 wisatawan nusantara dan 3.669 wisatawan mancanegara

Dalam tiga tahun terakhir, jumlah wisatawan nusantara di Kota Makassar meningkat dari 4.458.448 orang pada tahun 2019 menjadi 1.695.183 orang pada tahun 2021, dengan peningkatan sebesar 27,5%. Sedangkan jumlah wisatawan mancanegara meningkat dari 111.147 orang pada tahun 2019 menjadi 3.669 orang pada tahun 2021, dengan penurunan sebesar 96,7%. Wisatawan Nusantara, Mengalami penurunan yang sangat tajam dari 2019 ke 2020 (sekitar 65%) dan sedikit pemulihan dari 2020 ke 2021 (sekitar 10%). Klaim peningkatan sebesar 27,5% dalam tabel mungkin keliru atau salah hitung karena berdasarkan data penurunan terjadi sebesar 61,9% dari 2019 ke 2021. Wisatawan Mancanegara, Mengalami penurunan drastis setiap tahunnya dari 2019 ke 2021. Penurunan dari 2019 ke 2021 mencapai 96,7%, mencerminkan dampak yang sangat signifikan dari pandemi pada perjalanan internasional. Data ini menggambarkan

bagaimana pandemi COVID-19 sangat mempengaruhi sektor pariwisata, menyebabkan penurunan drastis dalam jumlah wisatawan, baik domestik maupun internasional. Namun, terdapat tanda-tanda awal pemulihan di sektor wisatawan domestik pada tahun 2021.

2. Pemberdayaan ekonomi lokal

Pemberdayaan ekonomi lokal dalam konteks pendekatan gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal melibatkan upaya untuk memanfaatkan potensi ekonomi lokal, khususnya sektor kuliner, sebagai sarana untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Melalui pendekatan gastrodiplomasi, makanan lokal dan budaya kuliner Makassar dipromosikan sebagai daya tarik utama pariwisata. Ini tidak hanya meningkatkan kunjungan wisatawan yang tertarik dengan pengalaman kuliner autentik, tetapi juga memberikan peluang bagi pelaku kuliner lokal untuk meningkatkan pendapatan mereka.

Gastrodiplomasi juga dapat digunakan sebagai alat untuk memperkuat identitas budaya Makassar dan mempromosikan merek kuliner lokal secara luas. Ini menciptakan citra yang positif untuk kota dan memperluas pangsa pasar untuk produk kuliner lokal, baik di tingkat regional maupun nasional. Adapun hasil wawancara dengan informan, sebagai berikut:

“ Pemerintah dalam setiap tahunnya itu memunculkan tagline yang khas seperti yang saya sebutkan tadi kalau tahun lalu makassar kota makan enak. Kalau di bidang pariwisata, kita senantiasa ikut dalam festival atau event-event baik skala nasional maupun internasional. Itu adalah salah satu media bagaimana kita memperkenalkan potensi

wisata di kota makassar ke wilayah lain ataupun ke negara-negara lain.” (wawancara dengan S, 27 Maret 2024).

Adapun hasil wawancara dengan informan, sebagai berikut:

“... perkembangan UMKM di kota ini sangatlah positif. Pemerintah Kota Makassar telah memberikan berbagai dukungan dalam hal pembinaan, pelatihan, dan akses modal bagi para pelaku UMKM. Hal ini telah mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah di berbagai sektor, termasuk pariwisata, kuliner, kerajinan, dan lainnya.” (27 Maret 2024)

Adapun hasil wawancara dengan beberapa informan, sebagai berikut:

"Kami berharap agar pemerintah dan berbagai pihak terkait terus memberikan dukungan dan perhatian yang lebih besar kepada para pelaku UKM. Kami juga berharap adanya lebih banyak program pembinaan dan pengembangan bagi UKM, termasuk akses ke pasar yang lebih luas baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan demikian, kami yakin bahwa UKM akan menjadi salah satu pilar utama dalam menggerakkan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat Kota Makassar” (27 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan tersebut, peran pemerintah dalam menciptakan slogan spesifik setiap tahun untuk mempromosikan Kota Makassar. Seperti "Kota Makassar Makan Enak" dilakukan untuk menunjukkan ciri khas kota dan tujuan pembangunan berkelanjutan. Event dan festival bukan hanya sarana untuk mempromosikan potensi pariwisata tetapi juga alat untuk membangun hubungan lokal dan internasional. Dampak dari hubungan diplomatik dan kerja sama internasional yang dibangun melalui partisipasi dalam acara-acara juga memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan pariwisata dan pembangunan Kota Makassar.

3. Peningkatan kesadaran identitas budaya

Peningkatan kesadaran identitas budaya dalam konteks pendekatan gastrodiplomasi bertujuan untuk memperkuat pemahaman dan penghargaan terhadap warisan budaya suatu daerah, seperti Makassar, sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan

ekonomi lokal. Pendekatan gastrodiplomasi memanfaatkan promosi warisan budaya lokal, termasuk seni, tradisi, festival, dan karya arsitektur yang unik. Ini membantu dalam meningkatkan pemahaman dan penghargaan wisatawan terhadap budaya Makassar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Informan yakni;

“...kesadaran identitas budaya di kota ini semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Masyarakat mulai lebih memperhatikan dan mengapresiasi warisan budaya lokal, baik dalam bentuk seni tradisional, adat istiadat, maupun kuliner khas Makassar.” (27 Maret 2024).

Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan adanya indikasi bahwa kesadaran identitas budaya di Kota Makassar mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini tercermin dari pernyataan informan yang menyatakan bahwa masyarakat mulai lebih memperhatikan dan mengapresiasi warisan budaya lokal, termasuk seni tradisional, adat istiadat, dan kuliner khas Makassar. Peningkatan kesadaran ini bisa menjadi indikator positif dalam upaya pelestarian dan pengembangan budaya lokal. Informan juga menyoroti bahwa masyarakat semakin memperhatikan dan mengapresiasi berbagai aspek warisan budaya lokal. Ini termasuk seni tradisional, yang mencakup beragam seni pertunjukan dan karya seni rupa, adat istiadat yang mencerminkan kearifan lokal, serta kuliner khas Makassar yang menjadi bagian penting dari identitas budaya. Perhatian terhadap warisan budaya ini dapat memberikan dorongan positif dalam upaya pelestarian dan promosi budaya lokal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Informan yakni;

“ Salah satu faktor utama adalah upaya yang dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga budaya, dan komunitas seni dan budaya, dalam mempromosikan dan melestarikan warisan budaya lokal. Program-program pendidikan, festival budaya, dan kegiatan seni budaya lainnya telah berhasil membangkitkan minat dan kesadaran masyarakat akan identitas budaya mereka." (27 Maret 2024).

Berdasarkan pernyataan tersebut menyoroti pentingnya kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga budaya, dan komunitas seni dan budaya, dalam upaya mempromosikan dan melestarikan warisan budaya lokal. Kolaborasi lintas sektor ini merupakan strategi yang efektif dalam memobilisasi sumber daya dan energi untuk pelestarian budaya, karena setiap pihak dapat memberikan kontribusi uniknya dalam rangkaian kegiatan dan program. Program-program pendidikan, festival budaya, dan kegiatan seni budaya yang diselenggarakan telah terbukti berhasil dalam membangkitkan minat dan kesadaran masyarakat akan identitas budaya mereka. Ini menunjukkan bahwa pendekatan bottom-up, yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan budaya, dapat menjadi alat yang kuat untuk memperkuat kesadaran identitas budaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Informan yakni;

“ Kami berharap agar kesadaran identitas budaya terus ditingkatkan dan menjadi bagian yang integral dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Makassar. Kami juga berharap adanya dukungan lebih lanjut dari pemerintah dan berbagai pihak terkait untuk melanjutkan upaya pelestarian, pengembangan, dan promosi warisan budaya lokal. Dengan demikian, kami yakin bahwa identitas budaya Kota Makassar akan semakin kuat dan menjadi kebanggaan bagi seluruh masyarakat." (27 Maret 2024)

Identitas budaya Makassar juga dapat menjadi bagian integral dari *branding* destinasi. Melalui gastrodipomasi, citra kota dapat diperkuat dengan menonjolkan kekayaan budaya dan keunikan destinasi, yang dapat

mempengaruhi persepsi wisatawan dan mendukung pertumbuhan pariwisata secara keseluruhan. Makassar juga dikenal dengan makanan khas yang manis dan gurih seperti kue bingka, pisang epe dan lainnya. Makanan-makanan ini tidak hanya mencerminkan identitas kuliner Makassar dengan cita rasa manis dan gurih yang khas, tetapi juga merupakan bagian yang penting dari warisan budaya Makassar yang harus dijaga dan dilestarikan.

4. Pengembangan program pendidikan kuliner

Pengembangan program pendidikan kuliner dalam konteks pendekatan gastrodipomasi bertujuan untuk memperkuat sektor kuliner lokal sebagai bagian integral dari strategi untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan mempromosikan keberlanjutan ekonomi lokal. Melalui program pendidikan kuliner, para peserta didik diperkenalkan dengan makanan khas dan budaya kuliner lokal Makassar. Mereka belajar tentang bahan-bahan tradisional, teknik memasak khas, dan sejarah di balik hidangan-hidangan tersebut, yang membantu mempromosikan warisan kuliner lokal dan meningkatkan apresiasi terhadap kekayaan budaya kota.

Program pendidikan kuliner juga dapat berperan dalam mempromosikan pariwisata kuliner Makassar. Para lulusan yang terampil dan berpengetahuan luas tentang kuliner lokal dapat menjadi duta pariwisata kuliner yang efektif, yang membantu memperluas daya tarik kota sebagai destinasi kuliner terkemuka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan Pemilik Warung Kuliner menyatakan bahwa:

“... Dengan mempertahankan rasa coto. seperti yang dikatakan tadi mempertahankan rasa, rasa dari coto gagak ini tetap sama dari dulu hingga sekarang resep yang dipertahankan masih resep yang pertama atau resep turunan dari sejak awal merintis yakni tahun 1973” (Wawancara dengan J, 3 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan di atas, bahwa pentingnya konsistensi rasa untuk mempertahankan loyalitas pelanggan Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan sebuah bisnis dalam industri kuliner adalah rasa. Dengan mempertahankan resep dan kualitas rasa yang sama dari generasi ke generasi, restoran dapat membangun reputasi yang kuat dan loyalitas pelanggan yang tinggi. Warung coto ini, yang telah diwariskan melalui beberapa generasi sejak tahun 1973, menampilkan warisan budaya kuliner. Pemeliharaan resep dan tradisi kuliner yang telah ditetapkan selama bertahun-tahun menambah nilai sejarah dan keaslian bagi pengalaman kuliner pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan beberapa informan sebagai berikut:

“ Karena coto gagak menjadi tempat makan sejak saya kuliah sekitar tahun 2009. Jadi makanan bukan terkait enak tapi lidah masing-masing tiap orang. Menurut saya pelayanannya baik dan Oke, saya cukup puas serta harapan dan ekspektasi semoga rasanya tidak berubah karena dari dulu hingga sekarang saya mencicipinya rasanya tetap sama.” (wawancara dengan A, 3 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan di atas, Pengalaman positif dan konsisten yang dirasakan oleh pelanggan, seperti pelayanan yang baik dan kualitas makanan yang konsisten, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting keberhasilan sebuah bisnis makanan. Jika pelanggan merasa puas

dengan layanan dan kualitas makanan, mereka kemungkinan besar akan kembali dan menyarankan orang lain untuk pergi ke sana.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan yakni;

“ Banyak lembaga pendidikan dan akademi kuliner yang mulai menawarkan program-program pelatihan yang beragam, mulai dari kursus singkat hingga program diploma. Hal ini menunjukkan minat yang meningkat dari masyarakat akan bidang kuliner dan kebutuhan akan tenaga kerja terampil di sektor ini." (27 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas, hal ini dapat dipahami sebagai respons terhadap tren global di mana kuliner semakin dianggap sebagai bentuk seni dan gaya hidup, serta adanya apresiasi yang meningkat terhadap keanekaragaman kuliner lokal maupun internasional. Danya penawaran program-program pelatihan yang beragam, mulai dari kursus singkat hingga program diploma, menunjukkan respons yang adaptif dari lembaga pendidikan kuliner terhadap kebutuhan pasar dan minat masyarakat. Diversifikasi ini memungkinkan individu dengan berbagai tingkat pengalaman dan minat untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam bidang kuliner sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Peningkatan jumlah lembaga pendidikan dan akademi kuliner serta ragam program pendidikan yang ditawarkan juga mencerminkan kebutuhan akan tenaga kerja terampil di sektor kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa industri kuliner di Kota Makassar (dan mungkin juga di tempat lain) mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan, sehingga membutuhkan lebih banyak tenaga kerja yang terlatih dan berkualitas.

5. Peningkatan pendapatan pariwisata

Peningkatan pendapatan pariwisata dalam konteks pendekatan gastrodiplomasi merujuk pada strategi untuk mengoptimalkan pendapatan

yang dihasilkan dari sektor pariwisata sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal.

Dengan mempromosikan kekayaan kuliner lokal dan identitas budaya Makassar, pendekatan gastrodiplomasi dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kota tersebut. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung, semakin besar pula potensi pendapatan yang dihasilkan dari belanja mereka di akomodasi, tempat makan, dan kegiatan wisata lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala bidang pariwisata kota Makassar menyatakan bahwa:

“ Ya pertama orang-orang yang berwisata pasti mau makan. Orang-orang jika sudah jalan atau keliling sudah pasti lapar. Orang yang berkunjung pasti akan mencari tempat untuk menginap otomatis mereka akan mencari hotel atau tempat penginapan. Sehingga dari tahun kemarin hingga sekarang terus berkembang. Jadi kuliner itu sudah ada sejak industri pariwisata ada, kemudian itu masuk dalam sub bidang jasa penyediaan makanan dan minuman, seperti restoran atau cafe dan menjadi bagian dari industri pariwisata. ketika mereka mampu menciptakan produk standar maka orang yang bertujuan ke makassar akan merasa bahwa mendapat nilai lebih dan mereka akan puas dan akan kembali lagi ke makassar. Sehingga dapat dikatakan bahwa makanan memiliki pengaruh yang sangat besar ”(wawancara dengan S, 27 maret 2024)

Berdasarkan pernyataan di atas, pentingnya industri kuliner dalam pariwisata. Makanan dan minuman sangat penting bagi wisatawan dan merupakan bagian penting dari pengalaman mereka di tempat wisata. Ini menunjukkan bahwa menumbuhkan sektor kuliner dapat menjadi pendekatan yang berhasil untuk meningkatkan daya tarik pariwisata suatu daerah.

Tabel Jumlah Pendapatan Pariwisata Kota Makassar

No	Tahun	Jumlah Pendapatan
1	2016	Rp 971.859.753.606 (75,57% dari target)
2	2017	Rp 1.337.231.094.232 (90,06% dari tahun sebelumnya)
3	2018	Rp 1.185.453.011.990 (78,85% dari tahun sebelumnya)
4	2019	Rp 1.303.316.324 (79,04% dari tahun sebelumnya)
5	2020	Rp 1.078.328.561 (100,02% dari tahun sebelumnya)
6	2021	Rp 1.695.183 (penurunan sebesar 1.139.438.031 dari tahun sebelumnya)

Pada tahun 2016 – 2018 pendapatan pariwisata Kota Makassar mengalami peningkatan dari tahun 2016 hingga tahun 2017, namun turun pada tahun 2018. Meskipun ada penurunan pada tahun 2018, jumlah pendapatan masih relatif stabil. Pada tahun 2019, terjadi penurunan yang signifikan dalam pendapatan pariwisata, dengan jumlah hanya sekitar Rp 1.303 miliar, atau sekitar 79% dari tahun sebelumnya. Penurunan ini mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk penurunan jumlah kunjungan pariwisata seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Meskipun tahun 2020 merupakan tahun yang diwarnai oleh pandemi COVID-19, jumlah pendapatan pariwisata Kota Makassar tampaknya meningkat menjadi sekitar Rp 1.078 miliar. Ini mungkin disebabkan oleh upaya pemulihan ekonomi yang dilakukan setelah periode awal pandemi dan penyesuaian dalam strategi pariwisata lokal. Terjadi penurunan yang sangat drastis pada tahun 2021, dengan pendapatan hanya sekitar Rp 1.695.183, yang merupakan penurunan sebesar Rp 1.139.438.031 dari tahun sebelumnya. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh dampak lanjutan dari pandemi COVID-19, termasuk pembatasan perjalanan yang berkelanjutan dan ketidakpastian ekonomi yang berlanjut.

6. Peningkatan citra kota

Peningkatan citra kota dalam konteks pendekatan gastrodiplomasi mengacu pada upaya untuk memperbaiki persepsi dan citra suatu kota, seperti Makassar, sebagai destinasi pariwisata yang menarik dan berkesan. Melalui pendekatan gastrodiplomasi, kota Makassar dapat mempromosikan kekayaan budaya dan kuliner lokalnya kepada khalayak global. Dengan menonjolkan warisan budaya yang unik dan hidangan kuliner yang lezat, citra kota dapat diperkuat sebagai destinasi pariwisata yang berbeda dan menarik.

Gastrodiplomasi membuka peluang untuk mengembangkan merek kota Makassar yang kuat. Ini melibatkan penciptaan pesan-pesan *branding* yang menonjolkan keunikan, keindahan, dan kekayaan kultural kota tersebut, yang dapat memengaruhi persepsi wisatawan dan masyarakat luas tentang Makassar. Hasil wawancara oleh Kabid Dinas pariwisata:

“Sebenarnya Bukan Hanya Tiga Unsur Tetapi Kita Punya 5 Unsur Divaluasi Serta Ini Yakni Penta Helix. Jadi 5 Unsur Ini Yang Bersinergi Dengan Kami Yang Pertama Government Atau Pemerintah, Kedua Industri, Ketiga Masyarakat Atau Kelompok Masyarakat Yang Keempat Akademisi, Dan Yang Kelima Adalah Media. Jadi Kelima Unsur Ini Selalu Terlibat Langsung Ketika Kami Mengambil Suatu Kebijakan, Merencanakan Suatu Kegiatan Bahkan Dalam Hal Evaluasi Perkembangan Pariwisata Kota Makassar. Kami Punya Jadwal Untuk Mereka Jadi Setiap Ada Kegiatan-Kegiatan Yang Berhubungan Dengan Kepariwisata Pastinya Kelima Unsur Tersebut Akan Diikutkan, Dikolaborasikan Untuk Menghasilkan Produk-Produk Kebijakan Bagaimana Makassar Lebih Bagus Daripada Sebelumnya.” (Wawancara dengan S, 27 Maret 2024).

Berdasarkan pernyataan diatas maka, Menggunakan pendekatan gastrodiplomasi untuk meningkatkan citra kota Makassar sebagai destinasi pariwisata yang menarik adalah langkah yang cerdas. Gastrodiplomasi

memungkinkan kota Makassar untuk memanfaatkan kekayaan budaya dan kuliner lokalnya untuk menarik minat wisatawan global. Pentingnya melibatkan semua pihak terkait, termasuk pemerintah, industri, masyarakat, akademisi, dan media, dalam perencanaan dan evaluasi kegiatan pariwisata menunjukkan komitmen untuk mendukung perkembangan pariwisata yang berkelanjutan. Dengan melibatkan semua pemangku kepentingan, kota Makassar dapat menghasilkan kebijakan yang lebih baik dan mencapai hasil yang lebih optimal. Menciptakan pesan-pesan branding yang menonjolkan keunikan, keindahan, dan kekayaan budaya serta kuliner kota merupakan langkah yang penting dalam memperkuat citra kota Makassar sebagai destinasi pariwisata yang menarik. Pesan-pesan branding ini harus dikomunikasikan secara konsisten dan efektif kepada wisatawan dan masyarakat luas.

7. Pertumbuhan *Branding* kuliner

Pertumbuhan *branding* kuliner dalam konteks pendekatan gastrodiplomasi mengacu pada strategi untuk memperkuat identitas dan citra kuliner suatu daerah, seperti Makassar, sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal.

Gastrodiplomasi membuka peluang untuk menciptakan merek kuliner yang kuat bagi Makassar. Ini melibatkan pengembangan logo, pesan-pesan merek, dan identitas visual lainnya yang mempromosikan warisan kuliner kota tersebut kepada wisatawan lokal dan internasional. Teknologi dan media digital dapat menjadi alat yang kuat dalam

mempromosikan merek kuliner Makassar. Ini meliputi pembuatan situs web atau aplikasi khusus, kampanye iklan online, dan konten media sosial yang menarik untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Melalui langkah-langkah ini, pertumbuhan *branding* kuliner Makassar dapat meningkatkan citra kota sebagai tujuan kuliner terkemuka, menarik lebih banyak wisatawan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui industri kuliner yang berkembang pesat. Hasil wawancara dengan Kaid dinas pariwisata, sebagai berikut:

“...Metode Yang Paling Efektif Sekarang Ini Adalah Media Sosial Dan Kami Dinas Pariwisata Khususnya Punya Akun-Akun Media Sosial Tersendiri Memuat Konten Segala Aktivitas Kantor Dan Maupun Luar Kepariwisataan Termaksud Mempromosikan Tempat-Tempat, Makanan Atau Kuliner Yang Ada Di Makassar.”

(Wawancara dengan S, 27 maret 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas, media sosial khususnya akun-akun yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata, menjadi metode yang paling efektif dalam mempromosikan tempat-tempat, makanan, dan kuliner yang ada di Makassar. Hal ini menegaskan hubungan yang erat antara sektor kuliner dan pariwisata.

Kuliner bukan hanya menjadi bagian dari pengalaman wisata, tetapi juga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran destinasi pariwisata. Makanan tidak hanya dianggap sebagai konsumsi fisik, tetapi juga memiliki makna filosofis dan merupakan simbol identitas budaya suatu daerah. Oleh karena itu, makanan dapat berfungsi sebagai alat diplomatik yang efektif untuk memperkuat hubungan antar budaya dan mempromosikan budaya lokal.

Dengan memanfaatkan strategi *branding* kuliner dan gastrodiplomasi, Makassar dapat memperkuat citra kota sebagai tujuan kuliner terkemuka, menarik lebih banyak wisatawan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui industri kuliner yang berkembang pesat. Berdasarkan wawancara dengan Kabbid dinas pariwisata:

“ Jadi Kita Punya Akun Youtube, Instagram, Facebook, Dan Tik Tok Sehingga Jika Kita Mencari Informasi Kekinian Itu Ada Kita Mengikuti Kemauan Para Konsumen Khususnya Di Makassar Ini. Khususnya Anak Muda Sekarang Ini Memuat Platform Media Yang Disukai Adalah Instagram Dan Tik Tok Itu Kemudian Dijadikan Media Untuk Mempromosikan Atau Branding Kuliner. (Wawancara dengan S, 27 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas, Menyesuaikan strategi pemasaran dengan preferensi konsumen, terutama di kalangan anak muda, menunjukkan respons yang cerdas terhadap tren pasar. Instagram dan TikTok telah menjadi platform yang sangat populer di kalangan generasi muda, oleh karena itu, memanfaatkannya sebagai media promosi dapat meningkatkan keterlibatan dan daya tarik dari target audiens yang diinginkan. Dengan memiliki kehadiran yang kuat di berbagai platform media sosial, kota Makassar akan lebih mudah diakses oleh masyarakat, terutama oleh generasi muda yang menghabiskan banyak waktu online. Hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran tentang kekayaan kuliner dan budaya kota Makassar secara lebih luas.

Penting untuk memastikan bahwa konten yang dibagikan melalui platform-platform tersebut memperlihatkan keunikan dan daya tarik kuliner kota Makassar dengan cara yang menarik dan kreatif. Konten yang unik dan menarik akan lebih mungkin untuk menarik perhatian dan memicu minat dari pengguna media sosial.

Adapun Lembaga yang mengusung gastronomi dapat beragam, termasuk Asosiasi Kuliner, Organisasi profesi atau industri yang bertujuan untuk memajukan bidang kuliner, memberikan pelatihan, mempromosikan pertukaran informasi, dan mewakili kepentingan anggotanya. Lembaga Pendidikan Kuliner, Sekolah kuliner atau institusi pendidikan yang menawarkan program-program pendidikan formal dalam bidang kuliner, seperti *Le Cordon Bleu* atau *Culinary Institute of America*. Dan Organisasi Kebudayaan Makanan, Grup atau lembaga yang bertujuan untuk mempelajari, mempromosikan, dan melestarikan keanekaragaman kuliner dan kebiasaan makan di suatu daerah atau negara. Contohnya termasuk *Slow Food International*.

Sementara itu, dinas yang terlibat dalam bidang gastronomi biasanya adalah Dinas Pariwisata, yang Bertanggung jawab untuk mempromosikan warisan kuliner suatu daerah sebagai bagian dari daya tarik pariwisata, mengatur acara-acara kuliner, dan memperkenalkan wisatawan pada kekayaan kuliner lokal. Serta Dinas Kebudayaan yang terlibat dalam melestarikan dan mempromosikan aspek-aspek kebudayaan, termasuk kuliner, melalui berbagai kegiatan seperti festival, pameran, dan program-program pendidikan. Kedua jenis lembaga dan dinas ini memiliki peran yang penting dalam pengembangan, promosi, dan pelestarian gastronomi.

C. Pembahasan Penelitian

Gastrodiplomasi adalah sebuah praktik yang memanfaatkan budaya, politik, dan makanan untuk membangun dan memperkuat hubungan antarnegara. Dalam era globalisasi, praktik-praktik gastronomi telah membuktikan diri sebagai sarana yang efektif dalam meningkatkan kerjasama

antara negara-negara. Berikut adalah beberapa manfaat dari praktik gastrodiplomasi. Peningkatan Hubungan Diplomatik, Menggunakan makanan sebagai alat diplomasi membuka pintu untuk memperkuat hubungan diplomatik antara negara-negara. Kegiatan seperti festival makanan, pameran kuliner, atau pertukaran koki dapat menciptakan kesempatan bagi para pemimpin dan diplomat untuk bertemu dan berinteraksi secara informal. Promosi Budaya dan Identitas Nasional, Gastrodiplomasi memungkinkan negara-negara untuk mempromosikan kekayaan budaya mereka melalui makanan. Ini membantu dalam pelestarian dan promosi warisan budaya, serta membangun citra positif tentang negara tersebut di mata dunia. Pengembangan Pariwisata, Melalui gastro diplomasi, negara-negara dapat memperkuat daya tarik pariwisata mereka dengan menyoroti keanekaragaman kuliner lokal. Wisatawan sering tertarik untuk mencoba makanan lokal dan pengalaman kuliner unik, sehingga mempromosikan pariwisata dan meningkatkan pendapatan negara. Penguatan Ekonomi, Gastrodiplomasi dapat menjadi alat untuk memperluas pasar ekspor produk makanan dan minuman suatu negara. Meningkatnya permintaan atas makanan khas suatu negara di pasar internasional dapat menguntungkan ekonomi domestik dan menciptakan lapangan kerja baru di sektor makanan dan minuman. Peningkatan Dialog Antarbudaya, Makanan memiliki kekuatan untuk menyatukan orang dari latar belakang budaya yang berbeda. Gastro diplomasi memfasilitasi dialog antarbudaya yang positif, memperkuat pemahaman lintas budaya, dan mengurangi stereotip negatif. Penyebaran Inovasi Kuliner, Gastro diplomasi memungkinkan negara-negara untuk berbagi pengetahuan tentang teknik memasak, bahan-bahan lokal, dan tradisi kuliner.

Ini dapat merangsang inovasi dalam industri makanan dan minuman, serta memperkaya pengalaman kuliner global. Penguatan Diplomasi Publik, Aktivitas gastro diplomasi, seperti acara memasak, program kuliner, atau pembuatan film tentang makanan, dapat menjadi alat efektif dalam membangun kepercayaan dan pemahaman di antara masyarakat internasional. Ini memperkuat diplomasi publik suatu negara dan menciptakan kesempatan untuk mempromosikan nilai-nilai positif.

Pendekatan gastrodiplomasi telah menjadi strategi yang semakin populer dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal di banyak negara. Gastrodiplomasi menghubungkan diplomasi dengan makanan dan budaya kuliner untuk mempromosikan pemahaman lintas budaya, pertukaran budaya, dan pembangunan ekonomi. Dalam konteks pariwisata, gastrodiplomasi memanfaatkan kekayaan kuliner lokal untuk menarik wisatawan. Ini bisa melibatkan promosi makanan tradisional, festival makanan, tur kuliner, dan kelas memasak. Wisatawan sering mencari pengalaman kuliner autentik, dan gastrodiplomasi memungkinkan destinasi pariwisata untuk menonjolkan keunikan kuliner mereka, menarik wisatawan yang ingin menjelajahi budaya melalui makanan. Selain meningkatkan pariwisata, gastrodiplomasi juga dapat memperkuat keberlanjutan ekonomi lokal. Dengan mempromosikan makanan lokal, program gastrodiplomasi dapat mendukung para produsen, petani, dan pelaku usaha ke

1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan

Perbedaan dalam penelitian Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan terdahulu bisa berasal dari metodologi penelitian yang berbeda.

Misalnya, ada penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei yang lebih bersifat formal dan terstruktur, sementara yang lain mungkin mengadopsi pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam yang lebih fleksibel dan terbuka. Penelitian terdahulu mungkin mengidentifikasi faktor-faktor penarik tertentu yang berbeda dalam menarik kunjungan wisatawan, sedangkan penelitian baru mungkin menemukan faktor-faktor baru atau menyoroti faktor-faktor yang berbeda yang memengaruhi kunjungan wisatawan.

Peran pemerintah dalam meningkat daya tarik pariwisata dalam hal ini Pemerintah dapat berperan aktif dalam mempromosikan kuliner khas Makassar, seperti Coto Makassar, Sop Konro, Pallubasa, dan Pisang Epe, melalui berbagai media, baik lokal maupun internasional. Ini bisa dilakukan melalui kampanye pemasaran digital, festival kuliner, dan partisipasi dalam pameran internasional. Membuat destinasi wisata kuliner yang terintegrasi, seperti pusat kuliner atau food street, di mana wisatawan dapat menikmati berbagai macam makanan lokal dalam satu tempat. Pemerintah dapat bekerja sama dengan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menciptakan lingkungan yang menarik dan nyaman bagi pengunjung. Menyediakan program sertifikasi dan standarisasi untuk warung dan restoran lokal guna memastikan kualitas dan keamanan makanan. Ini juga membantu dalam meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap kebersihan dan cita rasa makanan yang disajikan. Mengajak sektor swasta, seperti hotel, restoran besar, dan perusahaan perjalanan, untuk berkolaborasi dalam mempromosikan kuliner lokal. Ini bisa dilakukan melalui paket tur kuliner atau program spesial di restoran dan hotel.

Mendukung penelitian dan pengembangan dalam bidang kuliner untuk menemukan cara-cara baru dalam mempromosikan makanan lokal dan mengadaptasi resep lokal dengan tetap menjaga keasliannya. Ini juga termasuk pengembangan produk kuliner yang bisa dijadikan oleh-oleh khas Makassar.

2. Pemberdayaan ekonomi lokal

Penelitian terdahulu mungkin menggunakan pendekatan yang berbeda dalam mengukur dan menganalisis pemberdayaan ekonomi lokal. Misalnya, penelitian sebelumnya mungkin lebih fokus pada pendekatan kuantitatif, seperti analisis data statistik, sedangkan penelitian baru mungkin menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, atau bahkan lebih memperhatikan pendekatan partisipatif yang melibatkan komunitas lokal dalam proses penelitian. Perbedaan dalam konteks dan lingkungan di mana penelitian dilakukan juga dapat memengaruhi temuan dan rekomendasi penelitian. Misalnya, perbedaan geografis, sosial, ekonomi, dan politik dari tempat-tempat di mana penelitian dilakukan dapat menghasilkan temuan yang berbeda dalam hal tantangan, peluang, dan strategi yang relevan untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi lokal. Baik penelitian terdahulu maupun yang baru memiliki tujuan umum yang sama, yaitu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal dan mengurangi ketimpangan ekonomi. Tujuan ini menjadi landasan bagi kedua jenis penelitian.

Dengan demikian Pemerintah memiliki peran untuk menyediakan pelatihan berkala untuk UMKM kuliner tentang manajemen bisnis, inovasi produk, pemasaran digital, dan layanan pelanggan. Pendampingan langsung

dari pakar industri juga dapat membantu UMKM untuk berkembang dan berdaya saing tinggi. Memfasilitasi akses UMKM ke sumber-sumber pembiayaan dengan bunga rendah atau hibah. Pemerintah bisa bekerja sama dengan perbankan dan lembaga keuangan lainnya untuk menyediakan kredit khusus bagi pelaku usaha kuliner. Mengembangkan area tertentu sebagai pusat wisata kuliner yang terintegrasi. Tempat ini bisa menjadi ikon baru di Makassar yang menawarkan berbagai macam makanan khas dalam satu lokasi yang menarik dan nyaman. Memperbaiki akses transportasi ke pusat-pusat kuliner sehingga mudah dijangkau oleh wisatawan. Ini termasuk peningkatan jalan, transportasi umum, dan penunjuk arah yang jelas. Meningkatkan fasilitas publik di area wisata kuliner, seperti toilet umum yang bersih, tempat parkir, dan area rekreasi. Fasilitas yang baik akan meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan.

3. Peningkatan kesadaran identitas budaya

Penelitian terdahulu mungkin menggunakan metode yang berbeda dalam mempelajari dan mengukur kesadaran identitas budaya. Metode tradisional seperti survei dan wawancara mungkin lebih umum dalam penelitian terdahulu, sementara penelitian baru mungkin menggunakan pendekatan yang lebih inovatif seperti analisis media sosial atau eksperimen sosial. Tingkat Kesadaran Identitas Budaya dapat diukur melalui survei atau wawancara yang bertujuan untuk menilai sejauh mana individu memahami dan menghargai warisan budaya mereka.

Namun terdapat persamaan antar penelitian terdahulu dan terbaru yakni, pentingnya identitas budaya untuk meningkatkan rasa keberagaman dan kebangsaan. Hal menunjukkan nilai-nilai budaya lokal dan pentingnya

menjaga warisan budaya untuk generasi berikutnya. Dapat kita lihat bahwa globalisasi berperan dalam mengubah dan mempengaruhi identitas budaya lokal. Penelitian baru-baru ini mungkin mendiskusikan bagaimana arus globalisasi, termasuk media dan teknologi informasi, memengaruhi persepsi dan kesadaran identitas budaya.

Pemerintah memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran identitas budaya melalui strategi gastrodiplomasi untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi lokal di Kota Makassar seperti, Integrasi materi tentang sejarah dan budaya kuliner Makassar ke dalam kurikulum pendidikan di sekolah-sekolah untuk memperkenalkan dan melestarikan pengetahuan tentang kuliner lokal sejak dini. Mendirikan museum atau pusat informasi yang didedikasikan untuk sejarah dan perkembangan kuliner Makassar, termasuk pameran interaktif dan demonstrasi memasak. mengembangkan area khusus yang menjadi pusat wisata kuliner dengan fasilitas lengkap seperti tempat duduk yang nyaman, area bermain anak, dan ruang pameran budaya. Dengan langkah-langkah ini, pemerintah dapat meningkatkan kesadaran identitas budaya melalui gastrodiplomasi, yang akan membantu menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal di Kota Makassar.

4. Pengembangan program pendidikan kuliner

Pendidikan kuliner memegang peran krusial dalam mempersiapkan individu untuk sukses dalam industri makanan dan minuman yang kompetitif. Pengembangan program pendidikan kuliner merupakan langkah kunci dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di industri kuliner.

Pendidikan kuliner lokal memainkan peran penting dalam memperkuat warisan kuliner suatu daerah dan mempersiapkan generasi mendatang untuk menjaga dan mengembangkan kekayaan budaya kuliner. Pengembangan program pendidikan kuliner lokal merupakan langkah penting dalam memperkuat warisan kuliner suatu daerah dan mendukung pertumbuhan industri makanan dan minuman lokal. Dengan pendekatan berbasis lokal, kemitraan dengan komunitas dan industri lokal, serta komitmen terhadap keberlanjutan, kami yakin bahwa program pendidikan kuliner lokal kami akan berkontribusi pada perkembangan kuliner lokal yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Pemerintah dapat menyediakan pelatihan dan sertifikasi untuk guru dan instruktur kuliner, sehingga mereka dapat mengajarkan teknik dan pengetahuan kuliner terbaru. Memberikan beasiswa dan program akses bagi siswa dari keluarga kurang mampu untuk mengikuti pendidikan kuliner. Ini memastikan bahwa semua lapisan masyarakat dapat berpartisipasi. Menyelenggarakan program outreach di komunitas untuk mengedukasi masyarakat tentang peluang karir di bidang kuliner dan pentingnya menjaga warisan kuliner lokal.

Dengan peran-peran ini, pemerintah dapat memainkan peran kunci dalam pengembangan program pendidikan kuliner yang tidak hanya meningkatkan kualitas tenaga kerja di sektor kuliner tetapi juga melestarikan dan mempromosikan identitas budaya lokal melalui makanan. Hal ini pada gilirannya akan mendukung daya tarik pariwisata dan keberlanjutan ekonomi di Kota Makassar.

5. Peningkatan pendapatan pariwisata

Pariwisata memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara atau wilayah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan pariwisata serta dampaknya terhadap pembangunan berkelanjutan. Salah satu langkah kunci dalam meningkatkan pendapatan pariwisata adalah meningkatkan promosi dan pemasaran destinasi. Kami menganalisis berbagai strategi promosi yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, kampanye iklan, partisipasi dalam pameran pariwisata internasional.

Pendapatan pariwisata membutuhkan pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan melalui promosi yang efektif, pengembangan infrastruktur, diversifikasi produk dan layanan, serta monitoring yang cermat terhadap kinerja sektor pariwisata. Dengan implementasi strategi yang tepat, pendapatan pariwisata dapat meningkat secara signifikan, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan suatu wilayah.

Kontribusi pemerintah dalam meningkatkan pendapatan pariwisata yakni dengan peningkatan Aksesibilitas, Dukungan pada UMKM dan Pengusaha Lokal, Pengembangan Produk Lokal, Memberikan insentif pajak bagi investor dan pengusaha yang berinvestasi di sektor pariwisata dan ekonomi lokal, dan Mengembangkan ekowisata yang memanfaatkan keindahan alam secara berkelanjutan dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan. Dengan mengambil langkah-langkah ini, pemerintah dapat secara signifikan meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama di sektor

pariwisata dan ekonomi lokal, serta memastikan keberlanjutan ekonomi jangka panjang.

6. Peningkatan citra kota

Citra sebuah kota memainkan peran penting dalam menarik minat wisatawan, investor, dan penduduk baru. Salah satu strategi utama yang adalah promosi identitas unik dan warisan budaya kota. pentingnya pengembangan fasilitas publik dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung citra kota yang positif. Ini mencakup perbaikan taman dan ruang terbuka, dan peningkatan transportasi dan aksesibilitas.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan citra kota membutuhkan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan melalui promosi identitas dan warisan budaya, pengembangan fasilitas publik, pengelolaan lingkungan, dan partisipasi aktif dari masyarakat lokal. Dengan implementasi strategi yang tepat, sebuah kota dapat membangun reputasi yang kuat dan menarik.

Pemerintah memiliki keterlibatan dalam hal ini seperti pengembangan dan Pemeliharaan Infrastruktur, Promosi dan Branding Kota, Pengembangan Pariwisata dan Budaya, Peningkatan Kualitas Layanan Publik, Pemberdayaan Komunitas, Dengan langkah-langkah ini, pemerintah dapat secara efektif meningkatkan citra kota, menjadikannya lebih menarik bagi penduduk, wisatawan, dan investor, serta menciptakan lingkungan yang lebih baik dan berkelanjutan.

7. Pertumbuhan *Branding* kuliner

Branding kuliner memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen dan membedakan destinasi kuliner dari yang lainnya. Salah satu langkah kunci dalam pertumbuhan *branding* kuliner adalah pengembangan

konsep *branding* yang unik dan menarik. Pentingnya strategi pemasaran dan promosi yang efektif dalam memperkenalkan dan membangun citra brand kuliner. Ini melibatkan penggunaan media sosial, kolaborasi dengan influencer kuliner, partisipasi dalam acara kuliner, dan penggunaan teknik promosi kreatif lainnya. Strategi lain yakni kolaborasi dengan industri terkait, seperti pariwisata, pertanian lokal, atau industri kreatif. Ini memungkinkan untuk mengintegrasikan elemen-elemen yang berbeda dalam pengalaman kuliner, meningkatkan nilai tambah dan daya tarik bagi konsumen. Dengan implementasi strategi yang tepat, brand kuliner dapat menjadi faktor kunci dalam kesuksesan bisnis kuliner dan pengembangan industri makanan dan minuman secara keseluruhan.

Kota Makassar memiliki beberapa daya tarik pariwisata yang sangat menarik dan berpotensi besar untuk dikembangkan. Berikut adalah beberapa daya tarik pariwisata Kota Makassar seperti

- a) Kota Makassar memiliki pantai yang sangat luas sehingga pengalokasian kawasan pesisir dan pulau kecil sebagai tempat wisatawan. Wisata bahari Makassar sebagai unggulan Kota Makassar dan sangatlah prospektif mengingat Kota Makassar adalah ibukota Sulawesi Selatan dan terletak pada pesisir pantai bagian selatan yang mempunyai 11 pulau kecil
- b) Kota Makassar memiliki beberapa objek wisata alam yang sangat indah dan menarik, seperti wisata pantai, wisata gunung, dan wisata air terjun
- c) Kota Makassar memiliki beberapa objek wisata sejarah yang sangat berharga dan menarik, seperti Benteng Rotterdam, Benteng Somba Opu, dan Museum Kebudayaan

- d) Kota Makassar memiliki beberapa objek wisata budaya yang sangat berharga dan menarik, seperti Museum Kebudayaan dan beberapa festival budaya yang diadakan setiap tahun
- e) Kota Makassar memiliki beberapa objek wisata belanja yang sangat menarik, seperti pusat perbelanjaan dan beberapa toko yang menjual berbagai macam produk
- f) Kota Makassar memiliki beberapa objek wisata buatan yang sangat menarik, seperti wisata air terjun dan wisata taman
- g) Kota Makassar memiliki beberapa event wisata yang sangat menarik, seperti Apresiasi Film Nasional, International Islamic Fashion Festival, Muktamar Muhammadiyah, ASEAN Mayor Forum, dan beberapa *event* nasional lainnya
- h) Kota Makassar kaya akan objek wisata kuliner, mulai dari wisata sejarah, bahari, hingga kuliner. Untuk meningkatkan daya tarik objek wisata itu, Pemerintah Daerah mengemas dan menjual program atau objek wisata yaitu melalui kegiatan exhibition promotion pariwisata pada beberapa kota di Indonesia dan luar negeri untuk memperkenalkan dan mempromosikan daya tarik wisata yang ada di Kota Makassar.
- i) Kota Makassar memiliki potensi industri pariwisata yang sangat baik untuk dikembangkan, terutama dalam sektor MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*)
- j) Makassar memiliki pengembangan lorong wisata yang sangat menarik, seperti pengembangan wisata di sekitar pantai Losari dan pengembangan wisata di sekitar Benteng Rotterdam.

Pada Januari 2023 lalu, Walikota Makassar Moh Ramdhan Pomanto meluncurkan *branding* Makassar kota makan enak. *Branding* tersebut adalah salah satu langkah untuk mengendalikan angka inflasi daerah. Selain itu, ia mengungkapkan bahwa di Makassar makanan selalu tersedia 24 jam dan mudah didapatkan di setiap sudut kota sehingga masyarakat tidak kesulitan mencari makanan. Itulah yang menjadi kelebihan Kota Makassar dibanding daerah lain. Sejarawan kuliner Andreas Maryoto menyebut, julukan itu memang pas diberikan untuk Makassar. Makassar, lanjut dia, merupakan salah satu kota dengan ragam kuliner lezat yang terkenal hingga ke daerah lain. Makanan khas legendaris Kota Makassar yang menjadi unggulan yaitu ada coto, es pisang ijo, jalangkote, sup saudara, mi kering, pisang epe, barangko, pallu basa, dan berbagai hidangan lainnya. makanannya.

Berdasarkan indikator 7 indikator diatas, menegaskan bahwa pertukaran budaya yang mencakup indikator peningkatan kunjungan wisatawan, pemberdayaan ekonomi lokal, dan peningkatan kesadaran identitas budaya, Dalam teori ini dapat mencakup tingkat partisipasi dalam acara pertukaran kuliner, seperti festival makanan internasional atau program pertukaran kuliner antar negara. Misalnya, semakin banyaknya negara yang berpartisipasi dalam festival makanan internasional atau semakin banyaknya program pertukaran kuliner antar negara dapat menjadi indikator keberhasilan dalam memfasilitasi pertukaran budaya melalui makanan. Pada teori identitas nasional yang meliputi indikator pengembangan program pendidikan kuliner dan peningkatan pendapatan pariwisata, teori identitas nasional yang mencakup indikator pengembangan

program pendidikan kuliner dan peningkatan pendapatan pariwisata, peran makanan sebagai bagian tak terpisahkan dari identitas suatu negara semakin ditekankan. Dalam teori kekuatan Indikator mencakup bagaimana penggunaan gastrodiplomasi dapat memengaruhi persepsi dunia terhadap negara tertentu. Misalnya, apakah masyarakat internasional memiliki pandangan yang lebih positif terhadap suatu negara setelah terpapar kepada makanan dan budaya kuliner dari suatu negara.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Pada dasarnya, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan gastrodiplomasi memanfaatkan kekayaan budaya kuliner suatu daerah untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan memperkuat ekonomi lokal memiliki potensi besar untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, memperkuat identitas budaya, dan meningkatkan pendapatan pariwisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya untuk mempromosikan makanan lokal, seperti festival dan tur kuliner, dapat menarik lebih banyak wisatawan. Selain itu, promosi makanan lokal dapat mendorong pertumbuhan industri kuliner dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Penelitian ini juga menekankan betapa pentingnya membangun program pendidikan kuliner dan meningkatkan kesadaran identitas budaya sebagai bagian dari strategi gastrodiplomasi. Destinasi pariwisata dapat membangun citra yang kuat dan menarik dengan memperkuat pemahaman dan apresiasi terhadap warisan budaya kuliner lokal.

Strategi gastrodiplomasi yang berhasil juga menghasilkan peningkatan pendapatan pariwisata, citra kota yang lebih baik, dan branding kuliner yang lebih besar. Suatu wilayah dapat memperkuat citra dan identitasnya sebagai tujuan pariwisata dan kuliner yang menarik melalui promosi yang tepat dan pengembangan konsep branding yang unik.

Oleh karena itu, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang potensi dan keuntungan dari pendekatan gastrodiplomasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata dan memperkuat ekonomi lokal melalui promosi kuliner lokal. Dengan menerapkan strategi yang tepat, suatu daerah dapat memanfaatkan kekayaan budaya kuliner untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

B. Saran

1. Peneliti menyarankan kepada pemerintah setempat agar Pemerintah dapat mempromosikan praktik-praktik ramah lingkungan dalam industri kuliner, seperti penggunaan bahan-bahan organik lokal dan pengurangan limbah makanan, untuk mendukung pembangunan wisata kuliner yang berkelanjutan di kota Makassar.
2. Peneliti menyarankan untuk seluruh masyarakat Masyarakat dapat memberikan dukungan kepada produsen dan pedagang makanan lokal dengan memilih untuk membeli produk-produk kuliner lokal daripada merek-merek internasional. Hal ini dapat membantu meningkatkan penjualan produk lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, W., Jannah, D., Studi, P., Administrasi, I., Ilmu, S., Ilmu, T., Lancang, A., & Dumai, K. (2023). *suatu wilayah , namun terdapat isu atau permasalahan yang dapat menghambat atau*. 20(1).
- Ari Susanti, E., Hanafi, I., & Adiono, R. (2013). Pengembangan Ekonomi Lokal Dalam Sektor Pertanian. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(4), 31–40.
- Arsitektural, P. (2023). *Konsep pemetaan destinasi pariwisata di semarang*. 17(2), 1–12. <https://doi.org/10.56444/sarga.v17i2.454>
- Diahtantri, P. I., Fathun, L. M., & ... (2021). Strategi gastrodiplomasi indonesia melalui program co-branding diaspora di australia tahun 2018-2020. *Journal of International*
<https://unimuda.ejournal.id/jurnalhubunganinternasional/article/view/1514>
- Farhan, W., Hartono, I. W., & Meganingrum, Y. (2020). Penerapan Teori Big Push dalam Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Mengatasi Kemiskinan Jember. *MATRAPOLIS: Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 1(1), 15. <https://doi.org/10.19184/matrapolis.v1i1.19219>
- Firdaus Al Ghafiqi, A., Studi, P. S., & Internasional, H. (2023). Gastrodiplomasi: strategi indonesia dalam membangun nation branding di kancah internasional. In *Journal of International Relations* (Vol. 9, Issue 2). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jihi>
- Imelda, S. M. (2024). *Strategi gastro diplomasi kopi khas indonesia: studi kasus kopi kalyan di tokyo*. 19–32.
- Journal, B. M. (2023). 1, 2, 3. 3(1), 35–46.
- Kristiana, n. I., putra, i. N. D., kumbara, a. A. N. A., indonesia, s., budaya, i., & udayana, u. (2023). *Persepsi wisatawan nusantara terhadap makanan tradisional dalam perkembangan wisata kuliner di kota blitar , jawa timur*. 1(1), 45–54. <https://doi.org/10.52352/jhm.v1i1.1049>
- Lestari, N. K., Rahmanita, M., & Ingkadjaya, R. (2023). Coto Mangkasara Sebagai Makanan Tradisional Dan Identitas Daerah Kota Makassar, Sulawesi Selatan. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2), 163–169. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1421>
- PERTIWI, S. A., MUDA, M., & OSMAN, N. (2023). Exploring the legal dimensions of culinary diplomacy: perspectives from indonesia's gastro diplomacy initiatives. *Russian Law Journal*. <https://www.russianlawjournal.org/index.php/journal/article/view/2567>
- Prabhawati, A. (2018). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata

- Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2), 158–177.
- Prameswari, N. K. D., & Yani, Y. M. (2023). Gastrodiplomacy projection: rekomendasi kebijakan untuk kesuksesan gastrodiplomasi indonesia. ... : *Social Political Sciences Journal*.
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/spices/article/view/9282>
- Ramadhan, F., Rezasyah, T., & Dermawan, W. (2019). Budaya Kuliner sebagai Soft Power: Studi Perbandingan Thailand dan Korea Selatan. *Insignia: Journal of International Relations*, 6(2), 137.
<https://doi.org/10.20884/1.ins.2019.6.2.1530>
- Reskiyani, Yahya, M., & Wardah. (2022). Peran Kehumasan Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Industri Pariwisata di Kabupaten Bulukumba. *Pilar*, 13(1), 88–106.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/7845>
- Rudi, R., Hakim, L., & Mone, A. (2017). Kemitraan Pemerintah Dengan Asita Dalam Promosi Kunjungan Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisata Provinsi Sulawesi Selatan. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.26618/kjap.v3i1.896>
- Saputra, E., & Agustina, D. (2021). Peran Institusi Masjid dalam Pembangunan Ekonomi Lokal: Studi Kasus pada Masjid Jogokariyan Yogyakarta. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(2), 174.
<https://doi.org/10.47700/jiefes.v2i2.3687>
- Wiseza, F. C. (2017). Faktor-faktor yang mendukung pengembangan obyek wisata Bukit Khayangan di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi. *Nur El-Islam*, 4(1), 89–106.



Lampiran 1**DOKUMENTASI PENELITIAN**

Dok. 1: Wawancara bersama bapak Kabid Dinas Pariwisata Kota Makassar
(wawancara 27 Maret 2024)



Dok. 2: Wawancara bersama H. Jamaluddi & Hj. Suharni pemilik warung kuliner Coto Gagak (wawancara 3 Maret 2024)



Dok. 3: Tempat makan Coto Gagak semi modern



Dok. 4: Tempat makan Coto Gagak semi tradisional



Dok. 5: Wawancara bersama pengunjung kuliner atas nama Restu
(wawancara 3 Maret 2024)



Dok. 6: Salah satu bentuk menu Coto Gagak



Dok. 7: wawancara bersama pengunjung kuliner atas nama Anjas
(Wawancara 3 Maret 2024)



Dok. 8: Wawancara bersama karyawan kuliner Coto Gagak
(Wawancara 3 Maret 2024)

Lampiran 2

PERMOHONAN IZIN PENELITIAN


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 0411 065588 Makassar 90221 e-mail dp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 3731/05/C.4-VIII/II/1445/2024 26 February 2024 M
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 16 Sya'ban 1445
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
 di -
 Makassar



Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0195/FSP/A.6-VIII/II/1445H/2024M tanggal 26 Februari 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : NUR HESTYLIANA
 No. Stambuk : 10564 1105720
 Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Jurusan : Ilmu Pemerintahan
 Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Pendekatan Gastrodiplomasi dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata dan Keberlanjutan Ekonomi Lokal di Kota Makassar"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 1 Maret 2024 s/d 31 April 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran



Ketua LP3M,

 Dr. Muh/ Arief Muhsin, M.Pd.
 NBM 1127761

02-24

CS Dipindai dengan CamScanner



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 066972 Fax (0411) 065588 Makassar 90221 e-mail: dp3m@puslemuh.ac.id

Nomor : 3731/05/C.4-VIII/II/1445/2024

26 February 2024 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

16 Sya'ban 1445

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0195/FSP/A.6-VIII/II/1445H/2024M tanggal 26 Februari 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : NUR HESTYLIANA

No. Stambuk : 10564 1105720

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Pemerintahan

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Pendekatan Gastrodiplomasi dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata dan Keberlanjutan Ekonomi Lokal di Kota Makassar"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 1 Maret 2024 s/d 31 April 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,



Dr. Mhd/ Arief Muhsin, M.Pd.

NBM 1127761

Lampiran 3

PENGANTAR PENELITIAN

	Universitas Muhammadiyah Makassar <small>Integrity - Professionalism - Entrepreneurship</small>	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Faculty of Social and Political Sciences <small>Menara Iqra Lantai 5 - Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221 Telp: (0411) 866 972 Fax: (0411) 865 588 Official Email: fsiip@unismuh.ac.id Official Web: http://fisiip.unismuh.ac.id</small>
	Nomor : 0195/FSP/A.6-VIII/1445H/2024 M Lamp. : 1 (satu) Eksampiar Hal : <u>Pengantar Penelitian</u>	
Kepada Yth. Bapak Rektor, Cq, Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LP3M) Unismuh Di - Makassar Assalamu Alaikum Wr. Wb.		
Sehubungan dengan rencana penelitian mahasiswa untuk melengkapi data dalam rangka Penulisan Skripsi, maka diharapkan kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan Pengantar Penelitian kepada :		
Nama Mahasiswa : Nur Hestylana St a m b u k : 105641105720 J u r u s a n : Ilmu Pemerintahan Lokasi Penelitian : Di Kantor Dinas Pariwisata Kota Makassar". Judul Skripsi : <i>"Pendekatan Gastrodiplomasi dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata dan Keberlanjutan Ekonomi Lokal di Kota Makassar"</i>		
Demikian Pengantar Penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik, diucapkan banyak terima kasih. Jazakumullahu Khaeran Katziraa. Wassalamu Alaikum Wr. Wb.		
Makassar, 26 Februari 2024 Ketua Jurusan  Ahmad Harakan, S.IP., M.HI NBM : 1207 163		
		
 Dipindai dengan CamScanner  Kemajuan Untuk Bangsa dan Ummat Manusia Ilmu Administrasi Negara - Ilmu Pemerintahan - Ilmu Komunikasi Progress for the Nation and Humankind Public Administration - Government Studies - Communication Science		

Lampiran 4

IZIN PENELITIAN DINAS PENANAMAN MODAL


PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Bougainville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448938
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
 Makassar 90231

Nomor : 4464/S.01/PTSP/2024
 Lampiran : -
 Perihal : Izin penelitian

Kepada Yth.
 Walikota Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3731/05/C.4-VI/III/1445/2024 tanggal 26 Februari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **NUR HESTYLIANA**
 Nomor Pokok : **105641105720**
 Program Studi : **Ilmu Pemerintahan**
 Pekerjaan/Lembaga : **Mahasiswa (S1)**
 Alamat : **Jl. Slt Alauddin, No. 259 Makassar**

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" PENDEKATAN GASTRODIPLOMASI DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PARIWISATA DAN KEBERLANJUTAN EKONOMI LOKAL DI KOTA MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **01 Maret s/d 30 April 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada Tanggal 26 Februari 2024

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
 Pangkat : **PEMBINA TINGKAT I**
 Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
 1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar/ Makassar,
 2. Peringgal.

 Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 5

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
 DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jendral Ahmad Yani No. 2 Makassar 90171
 Website: dpmpstp.makassarkota.go.id



SURAT KETERANGAN PENELITIAN
 Nomor: 070/1497/SKP/SB/DPMPSTP/3/2024

DASAR:

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Keterangan Penelitian,
- Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah
- Peraturan Walikota Nomor 4 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan
- Keputusan Walikota Makassar Nomor 954/503 Tahun 2023 Tentang Pendelégasian Kewenangan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Tahun 2023
- Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 4464/S.01/PTSP/2024, Tanggal 26 Februari 2024
- Rekomendasi Teknis Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar nomor 1497/SKP/SB/BKBP/3/2024

Dengan Ini Menerangkan Bahwa :

Nama	NUR HESTYLIANA
NIM / Jurusan	105641105720 / Ilmu Pemerintahan
Pekerjaan	Mahasiswa (S1) / Universitas Muhammadiyah Makassar
Alamat	Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar
Lokasi Penelitian	Terlampir
Waktu Penelitian	01 Maret 2024 - 30 April 2024
Tujuan	Skripsi
Judul Penelitian	PEDEKATAN GASTRODIPLOMASI DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PARIWISATA DAN KEBERLANJUTAN EKONOMI LOKAL DI KOTA MAKASSAR

Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan selama waktu yang sudah ditentukan dalam surat keterangan ini.
- Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai / tidak ada kaitannya dengan judul dan tujuan kegiatan penelitian.
- Melaporkan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui email bidangpoldaagrikesbangpolmks@gmail.com
- Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak menaati ketentuan tersebut diatas.



Ditetapkan di Makassar
Pada tanggal: 2024-03-01 12:26:23



Dibastaransi secara elektronik oleh
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KOTA MAKASSAR**
HELMIY BUDDIMAN, S.STP., M.M.

Tembusan Kepada Yth:

- Pimpinan Lembaga/Instansi/Perusahaan Lokasi Penelitian;
- Pertinggal,-



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90222 Telp. (0411) 866972, 881593, Fax (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nur Hestylana

Nim : 105641105720

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	75%	10%
2	Bab 2	12%	25%
3	Bab 3	10%	10%
4	Bab 4	3%	10%
5	Bab 5	3%	5%

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 1 Mei 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



....., M.P.
04 591

BAB I Nur Hestyliana
105641105720
by TahapTutup



Submission date: 02-May-2024 07:35AM (UTC+0700)
Submission ID: 2368301217
File name: BAB_I - 2024-05-02T083311.592.docx (24.44k)
Word count: 1895
Character count: 12717

AB I Nur Hestyliana 105641105720

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

id.123dok.com

Internet Source

3%

2

ejournal3.undip.ac.id

Internet Source

2%

3

docplayer.info

Internet Source

2%

Exclude quotes

2%

Exclude matches

Exclude bibliography

2%



BAB II Nur Hestyliana

105641105720

by TahapTutup



Submission date: 02-May-2024 07:37AM (UTC+0700)

Submission ID: 2368302960

File name: BAB_1_-- 2024-05-02T083314.125.docx (84.59K)

Word count: 2456

Character count: 16851

BAB II Nur Hestylia 105641105720

ORIGINALITY REPORT

12%	12%	0%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ummy.ac.id Internet Source	3%
2	digilibadmh.unismuh.ac.id Internet Source	3%
3	ejurnal.poltekparmedan.ac.id Internet Source	3%
4	journal2.untagsri.ac.id Internet Source	2%
5	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	2%

Exclude quotes Exclude matches

Exclude bibliography

LULUS

turnitin

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR

LEMBAGA PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

ES

BAB III Nur Hestyliana

105641105720

by TahapTutup



Submission date: 02-May-2024 07:36AM (UTC+0700)

Submission ID: 2368302174

File name: BAB_III - 2024-05-02T083316.483.docx (14,22K)

Word count: 1066

Character count: 6969

BAB III Nur Hestyliana 105641105720

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

happywithtepe.blogspot.com

Internet Source

2%

2

dwi32.blogspot.com

Internet Source

2%

3

Mareli Waruwu: "PENDAMPINGAN HAMBATUHAN MEMBANGUN KESADARAN WARGA GEREJA MENANGANI LIMBAH TERNAK BABI DI DUSUN MEKAR, DESA BENTENG, KECAMATAN BURAU, KABUPATEN LUWU TIMUR". Jurnal PKM Setiadharna, 2022

Publication

2%

4

journal.uny.ac.id

Internet Source

2%

5

Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar

Student Paper

2%

6

jurnal.ucy.ac.id

Internet Source

2%

BAB IV Nur Hestyliana

105641105720

by TahapTutup



Submission date: 02-May-2024 07:38AM (UTC+0700)
Submission ID: 2368303712
File name: BAB_IV_-_2024-05-02T083321.256.docx (95.03K)
Word count: 3164
Character count: 21964

BAB IV Nur Hestyliana 105641105720

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

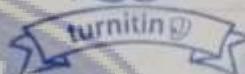
PRIMARY SOURCES

1

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

3%



BAB V Nur Hestyliana
105641105720
by TahapTutup



Submission date: 02-May-2024 07:39AM (UTC+0700)
Submission ID: 2368304266
File name: BAB_V_2024-05-02T083323.041.docx (8.68K)
Word count: 299
Character count: 2142

AB V Nur Hestyliana 105641105720

ORIGINALITY REPORT



Exclude quotes
Exclude bibliography

Exclude matches



RIWAYAT HIDUP



Nur Hestyliana, di lahirkan di Lampa pada 09 Desember 2001, merupakan anak ke dua dari 3 bersaudara dan dari pasangan Abd. Kadir Siraju dan Ibu Juhuria. Peneliti menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 46 Duampanua, dan lulus pada Tahun 2014. Kemudian melanjutkan Pendidikan ke SMP Negeri 1 Duampanua lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan Pendidikan ke SMA Negeri 2 Pinrang dengan mengambil jurusan MIPA dan lulus pada tahun 2020. Kemudian melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, tepatnya Universitas Muhammadiyah Makassar pada program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Dengan ketekunan untuk terus belajar dan berusaha serta dukungan dari orang-orang tercinta, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Tahun 2024 tepatnya pada 8 Mei, penulis dikukuhkan dengan gelar sarjana ilmu politik (S.IP) dengan judul penelitian "Pendekatan Gastrodiplomasi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata Dan Keberlanjutan Ekonomi Lokal Di Kota Makassar". Selama menempuh Pendidikan penulis banyak mendapatkan pengalaman hidup yang sangat bermanfaat, baik pengalaman akademik maupun non-akademik.