

Gudeg dan Yogyakarta : Makanan Tradisional sebagai Instrumen Diplomasi Budaya Indonesia

Elvinatun Nadhiroh

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 240501110158@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Gudeg, Diplomasi Budaya, Gastrodiplomasi, Kuliner Tradisional, Yogyakarta

Keywords:

Gudeg, Cultural Diplomacy, Gastrodiplomacy, Traditional Culinary, Yogyakarta

ABSTRAK

Gudeg, makanan tradisional khas Yogyakarta, memiliki nilai budaya, historis, dan sosial yang mendalam serta berpotensi besar sebagai instrumen diplomasi budaya Indonesia. Sebagai bagian dari warisan kuliner Nusantara, gudeg tidak hanya mencerminkan identitas budaya masyarakat Jawa, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai seperti kesabaran, keharmonisan, dan penghormatan terhadap tradisi. Melalui pendekatan gastrodiplomasi—strategi diplomasi publik yang memanfaatkan kekuatan kuliner—gudeg mampu

memperkenalkan budaya Indonesia ke dunia internasional secara lebih personal dan efektif. Inovasi dalam pengemasan dan pemasaran, seperti gudeg kaleng yang tahan lama, memungkinkan penyebaran gudeg ke pasar global dan memperkuat perannya dalam mendukung diplomasi budaya dan pengembangan ekonomi kreatif. Namun, implementasi strategi ini masih menghadapi tantangan, terutama kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan dan minimnya promosi terpadu. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih terintegrasi melalui sinergi antara pemerintah daerah, pelaku usaha kuliner, dan sektor pariwisata, serta pemanfaatan teknologi digital secara optimal. Penelitian ini menegaskan bahwa gudeg tidak hanya sebagai makanan khas, tetapi juga sebagai aset strategis dalam pembangunan citra bangsa, diplomasi budaya, dan penguatan soft power Indonesia di era globalisasi.

ABSTRACT

Gudeg is a traditional dish from Yogyakarta that holds significant cultural, historical, and social value. More than just cuisine, gudeg serves as a symbol of Javanese cultural identity and an integral part of local traditions. With the development of the concept of gastrodiplomacy, gudeg has emerged as a cultural diplomacy instrument for Indonesia, introducing the nation's culinary richness and cultural values to the international stage. Packaging innovations, such as canned gudeg, have enabled its export and global recognition, expanding the reach of cultural diplomacy while supporting the creative economy and tourism sectors. Despite its great potential, the implementation of gastrodiplomacy through gudeg still faces challenges, including the lack of integrated promotion and intersectoral coordination. Therefore, a more collaborative and integrated strategy is needed among the government, culinary businesses, and tourism stakeholders. The effective use of information technology and digital promotion is also key to reaching a wider international audience. This study highlights the importance of preserving traditional culinary heritage while developing it as a strategic asset in cultural diplomacy and national development. With its unique taste and philosophy, gudeg stands not only as a culinary icon of Yogyakarta but also as a representation of Indonesia's soft power in the era of globalization.

Pendahuluan

Gudeg merupakan makanan tradisional khas Yogyakarta yang memiliki nilai budaya dan sejarah yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat setempat. Sejak abad ke-15, gudeg telah menjadi bagian dari tradisi kuliner yang tidak hanya memenuhi



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

kebutuhan pangan sehari-hari, tetapi juga menjadi simbol identitas budaya Yogyakarta. Gudeg dibuat dari nangka muda yang dimasak dengan santan dan rempah-rempah sehingga menghasilkan cita rasa manis dan legit yang khas. Keunikan rasa dan proses pembuatannya yang tradisional menjadikan gudeg sebagai salah satu ikon kuliner yang melekat erat dengan budaya Jawa dan Yogyakarta khususnya. Selain itu, gudeg juga sering hadir dalam berbagai acara adat dan upacara tradisional, menegaskan posisinya sebagai bagian dari warisan budaya yang hidup dan terus dilestarikan oleh masyarakat setempat (Yogyakarta, 2024)

Seiring perkembangan zaman, gudeg tidak hanya dikenal sebagai makanan tradisional, tetapi juga telah menjadi instrumen penting dalam diplomasi budaya Indonesia, khususnya melalui strategi gastrodipomasi. Gastrodipomasi merupakan penggunaan kuliner sebagai alat diplomasi publik yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan budaya suatu negara kepada dunia internasional (Hanifah et al., 2025). Gudeg sebagai makanan khas Yogyakarta memiliki potensi besar dalam mengangkat citra budaya Indonesia di mata dunia. Melalui pengenalan gudeg dalam berbagai acara internasional dan festival budaya, kuliner ini berfungsi sebagai media soft power yang memperkuat hubungan antarnegara dan memperluas pengaruh budaya Indonesia secara global.

Keberhasilan gudeg dalam mendukung diplomasi budaya juga didukung oleh inovasi dalam pengemasan dan pemasaran. Gudeg yang awalnya hanya dijual secara tradisional kini telah dikemas dalam bentuk kalengan yang tahan lama, sehingga dapat diekspor dan dijadikan oleh-oleh khas Yogyakarta yang dikenal hingga mancanegara. Hal ini tidak hanya memperluas pasar gudeg tetapi juga memperkuat posisi kuliner ini sebagai simbol budaya yang dapat dikenalkan di berbagai negara (Yogyakarta, 2024). Pengemasan modern ini memungkinkan gudeg untuk menjadi bagian dari strategi diplomasi ekonomi yang mendukung pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Yogyakarta.

Namun demikian, meskipun potensi gudeg sebagai instrumen diplomasi budaya sangat besar, implementasi gastrodipomasi di Yogyakarta masih menghadapi berbagai tantangan. Kurangnya promosi terpadu dan koordinasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha kuliner, dan pelaku pariwisata menjadi hambatan dalam mengoptimalkan peran gudeg sebagai alat diplomasi budaya. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih terintegrasi dan sinergi antar pemangku kepentingan agar gudeg dapat berfungsi maksimal dalam memperkuat citra budaya Indonesia di kancah internasional (Hidayat, 2022; Supriyanto, 2021). Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana gudeg sebagai makanan tradisional Yogyakarta dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai instrumen diplomasi budaya Indonesia. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi gastrodipomasi yang efektif dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat pelestarian budaya kuliner tradisional di era globalisasi.

Pembahasan

Gudeg bukan sekadar makanan, melainkan simbol penting dari identitas budaya masyarakat Yogyakarta. Keberadaannya telah tercatat sejak abad ke-15, yang

menunjukkan bahwa makanan ini telah melalui proses historis yang panjang dan menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sosial dan budaya masyarakat Jawa. Proses pembuatan gudeg melibatkan bahan utama berupa nangka muda (gori) yang dimasak dalam waktu lama bersama santan dan berbagai rempah tradisional seperti lengkuas, daun salam, dan gula jawa. Proses memasak yang lambat ini menghasilkan cita rasa manis dan legit yang sangat khas—menjadi ciri khas utama gudeg yang membedakannya dari hidangan lain.

Lebih dari sekadar aspek rasa, gudeg juga mencerminkan nilai-nilai budaya masyarakat Yogyakarta, seperti kesabaran, keharmonisan, dan rasa hormat terhadap tradisi. Gudeg tidak hanya disajikan dalam konteks keseharian, tetapi juga seringkali menjadi bagian penting dalam upacara adat, perayaan keagamaan, hingga hajatan keluarga besar, misalnya dalam acara mitoni (tujuh bulanan kehamilan), pernikahan, atau syukuran. Ini menunjukkan bahwa gudeg memiliki makna simbolis dan spiritual dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Lauk pendamping seperti telur pindang, tahu, tempe bacem, ayam kampung, dan sambal krecek, semuanya menggambarkan kekayaan rasa dan filosofi dalam kuliner Jawa. Gudeg juga turut berperan dalam mendukung ekonomi lokal, karena orang Jogja dengan kebiasaan makan semur, tongseng, dan ayam kecap, warna cokelat itu identik dengan rasa manis (Rika Widianita, 2023). Dan banyak pelaku usaha kecil dan menengah yang menggantungkan penghidupan mereka dari produksi dan penjualan gudeg, baik secara tradisional maupun dalam bentuk kemasan modern.

Oleh karena itu, gudeg tidak hanya dihargai sebagai makanan lezat, tetapi juga sebagai warisan budaya takbenda yang terus dilestarikan dari generasi ke generasi. Upaya pelestarian gudeg menjadi penting sebagai bagian dari menjaga jati diri budaya Yogyakarta dan memperkenalkan kekayaan kuliner Indonesia kepada dunia (Yogyakarta, 2024). Seiring dengan globalisasi dan peningkatan interaksi antarnegara, negara-negara di dunia mulai menyadari pentingnya memperkenalkan budaya mereka melalui pendekatan yang lebih *soft power*. Dalam konteks ini, gastrodipomasi muncul sebagai strategi diplomasi yang mengandalkan kekuatan kuliner untuk membangun hubungan antarbangsa dan mempromosikan identitas budaya negara di mata dunia. Gastrodipomasi sendiri adalah konsep yang pertama kali diperkenalkan oleh Rockower yang menyatakan bahwa kuliner dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun citra positif negara. Melalui kuliner, suatu negara tidak hanya memperkenalkan cita rasa, tetapi juga memperkenalkan sejarah, tradisi, serta nilai-nilai sosial yang mendasari masyarakatnya.

Kuliner sebagai alat diplomasi publik memungkinkan suatu negara untuk memperkenalkan kebudayaan dan tradisi kuliner mereka dengan cara yang lebih menarik, menggugah selera, dan mengundang pengalaman langsung. Hal ini terbukti dapat menciptakan rasa keterikatan emosional antara negara dan audiens internasional, membangun koneksi yang lebih dalam daripada sekadar pertukaran formal yang dilakukan dalam diplomasi konvensional. Di Indonesia, salah satu kuliner yang menjadi andalan dalam gastrodipomasi adalah gudeg, hidangan khas Yogyakarta yang kaya akan cita rasa, budaya, sejarah, dan makna sosial. Sejak era Kerajaan Mataram pada abad ke-15, gudeg telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Yogyakarta dan terus bertransformasi hingga kini sebagai simbol kuliner yang menyuguhkan rasa manis,

gurih, dan berempah.

Gudeg memiliki potensial yang luar biasa dalam memperkenalkan budaya Indonesia ke panggung dunia, terutama berkat keunikan rasanya yang sulit ditemukan pada kuliner dari negara lain. Melalui pameran internasional, festival budaya, dan forum kuliner global, gudeg berfungsi tidak hanya sebagai hidangan, tetapi juga sebagai sarana untuk mengungkapkan identitas budaya Jawa dan Indonesia secara lebih luas. Sebagai contoh, berbagai acara diplomatik yang diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di luar negeri seringkali menyajikan gudeg sebagai bagian dari upaya memperkenalkan budaya Indonesia. Dalam konteks ini, gudeg bukan sekadar makanan, melainkan bagian dari narasi yang mengangkat nilai-nilai luhur masyarakat Yogyakarta, seperti gotong royong, kesabaran dalam memasak, dan filosofi harmonis dalam bersatu dengan alam.

Konsep soft power yang pertama kali diperkenalkan oleh Joseph Nye, menjelaskan kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi negara lain tanpa menggunakan kekuatan militer atau ekonomi, melainkan melalui daya tarik budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri yang bersahabat. Dalam hal ini, gudeg berfungsi sebagai instrumen soft power Indonesia untuk memperkenalkan keunikan kuliner dan nilai-nilai lokal yang tersemat dalam setiap hidangan. Melalui strategi gastrodipomasi, gudeg tidak hanya dikenalkan dalam hubungan bilateral antara Indonesia dan negara-negara tujuan, tetapi juga memperkuat ikatan diplomatik melalui cara yang lebih personal dan mendalam yakni makanan. Dalam acara internasional, selain menyediakan kesempatan untuk menikmati kelezatan gudeg, peserta juga diberi wawasan tentang proses pembuatan, sejarah, dan makna sosial yang terkandung dalam hidangan ini, mencerminkan kekayaan budaya Indonesia.

Pengenalan gudeg di panggung internasional tak hanya berfungsi untuk mempromosikan citra positif Indonesia sebagai negara kaya budaya, namun juga berpotensi mendorong sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Dengan semakin banyaknya orang yang tertarik untuk berkunjung ke Indonesia dan merasakan gudeg secara langsung, keberadaan kuliner ini di luar negeri dapat merangsang pertumbuhan industri kuliner Indonesia di pasar global dan membuka peluang bagi produk kuliner lainnya untuk mendapatkan pengakuan internasional. Namun, walaupun gastrodipomasi menawarkan banyak peluang, ada tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Salah satunya adalah kesulitan dalam mempertahankan keaslian rasa dan proses pembuatan gudeg ketika disajikan di luar negeri, mengingat bahan-bahan lokal sepertiangka muda, daun salam, dan rempah-rempah Jawa sulit ditemukan di beberapa negara. Oleh karena itu, tantangan lain yang muncul adalah bagaimana menjaga kualitas dan keaslian rasa gudeg saat harus beradaptasi dengan bahan-bahan yang tersedia di luar negeri.

Selain itu, penerimaan masyarakat internasional terhadap rasa dan tekstur gudeg yang unik dapat menjadi tantangan tersendiri. Tidak semua orang familiar dengan cita rasa manis yang khas atau konsistensi gudeg yang lembut dan kental. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang cermat dalam memperkenalkan gudeg agar dapat diterima dengan baik oleh audiens global. Secara keseluruhan, melalui gastrodipomasi, gudeg lebih dari sekadar hidangan kuliner; ia juga berfungsi sebagai sarana untuk

memperkenalkan budaya, nilai-nilai, dan identitas Indonesia kepada dunia. Upaya ini menjadikan gudeg sebagai salah satu instrumen penting dalam memperluas pengaruh budaya Indonesia secara global, serta memperkuat hubungan internasional dengan pendekatan yang lebih personal dan mendalam. Tantangan yang ada bisa diatasi melalui inovasi dalam proses pembuatan dan penyajian, tanpa mengesampingkan upaya pelestarian nilai-nilai tradisional dalam memperkenalkan kuliner Indonesia ke kancah internasional.

Sejarah kebudayaan Indonesia mempelajari juga mengenai kearifan lokal dari budaya masyarakat di masa lampau, baik itu kearifan berupa ide, norma, maupun nilai budaya. Materi praaksara membahas mengenai kehidupan dan perkembangan masyarakat Indonesia pada zaman prasejarah, di sana terdapat banyak kearifan masyarakat Indonesia meskipun dalam bentuk yang sederhana namun sudah mampu mencerminkan kehidupan dan kebudayaan Indonesia (Amalina, 2022). Makanan tradisional Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan biologis, tetapi juga sebagai media penting dalam pelestarian dan penyebaran budaya. Kuliner tradisional menjadi simbol identitas budaya yang merefleksikan nilai-nilai sosial, sejarah, dan keunikan daerah masing-masing. Melalui makanan, masyarakat Indonesia dapat memperkenalkan warisan budaya mereka kepada generasi muda dan dunia luar, sehingga makanan menjadi instrumen diplomasi budaya yang efektif (Hakim & Hamidah, 2022).

Kuliner lokal seperti gudeg di Yogyakarta atau makanan khas Malang menjadi daya tarik wisata yang kuat. Wisata kuliner tidak hanya memberikan pengalaman rasa, tetapi juga pengalaman budaya yang memperkuat citra daerah dan Indonesia secara keseluruhan. Pemerintah dan masyarakat diharapkan bersinergi untuk melestarikan dan mengembangkan kuliner tradisional sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya dan promosi pariwisata (Hakim & Hamidah, 2022). Pelestarian makanan tradisional dilakukan dengan menjaga resep asli dan metode pengolahan secara turun-temurun, serta mengadaptasi kemasan modern agar dapat dipasarkan lebih luas. Pengembangan kuliner tradisional juga melibatkan penyelenggaraan festival dan event budaya yang menampilkan makanan khas sebagai media soft power untuk memperkenalkan budaya Indonesia di kancah internasional (Nugroho, 2023).

aspek budaya seperti makanan tradisional, berperan penting dalam strategi geostrategi dan geopolitik Indonesia. Identitas nasional tidak hanya sebagai simbol, tetapi juga sebagai faktor kunci dalam menentukan arah kebijakan bangsa, termasuk dalam membangun citra dan kedaulatan negara di panggung dunia. Makanan tradisional Indonesia dapat dipandang sebagai instrumen budaya yang strategis. Kuliner khas daerah seperti gudeg, rendang, dan sate tidak hanya mencerminkan nilai-nilai budaya dan sejarah bangsa, tetapi juga berfungsi sebagai alat diplomasi budaya yang memperkuat soft power Indonesia di kancah internasional. Melalui promosi makanan tradisional, Indonesia dapat memperkuat identitas nasional sekaligus memperluas pengaruh geopolitiknya dengan menarik perhatian dunia terhadap kekayaan budaya yang dimiliki (Faslah, 2024). Pentingnya integrasi antara identitas nasional dan geostrategi dalam merumuskan kebijakan yang berkelanjutan dan mempertahankan kedaulatan negara. Pelestarian dan pengembangan budaya, termasuk kuliner

tradisional, menjadi landasan strategis untuk menghadapi tantangan global dan memperkuat posisi Indonesia secara geopolitik. Oleh karena itu, makanan tradisional bukan sekadar konsumsi, melainkan aset strategis dalam diplomasi budaya dan pembangunan nasional (Faslah, 2024).

Gudeg, sebagai makanan tradisional khas Yogyakarta, tidak hanya berperan sebagai simbol budaya dan identitas lokal, tetapi juga telah berkembang menjadi instrumen penting dalam diplomasi budaya Indonesia. Keberhasilan gudeg dalam mendukung diplomasi budaya sangat dipengaruhi oleh inovasi dalam pengemasan dan pemasaran produk ini. Awalnya, gudeg hanya dijual secara tradisional dengan kemasan sederhana seperti daun pisang atau besek bambu, yang membatasi jangkauan distribusinya. Namun, kini gudeg telah dikemas dalam bentuk kalengan yang tahan lama, memungkinkan produk ini untuk diekspor dan dikenal hingga mancanegara sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta. Pengemasan modern ini membuka peluang baru bagi gudeg untuk menjadi bagian dari strategi diplomasi ekonomi yang mendukung pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Yogyakarta. Dengan kemasan kaleng yang praktis dan tahan lama, gudeg dapat dipasarkan lebih luas, tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di pasar internasional. Hal ini memperkuat posisi gudeg sebagai simbol budaya yang dapat dikenalkan di berbagai negara, sekaligus meningkatkan nilai ekonomi produk kuliner tradisional tersebut.

Lebih jauh, keberadaan gudeg dalam konteks gastrodipomasi memperlihatkan bagaimana makanan tradisional dapat menjadi alat komunikasi non-verbal yang efektif dalam membangun citra bangsa dan mempererat hubungan antarnegara. Melalui ekspor gudeg kemasan, Indonesia tidak hanya mempromosikan cita rasa kuliner, tetapi juga nilai-nilai budaya dan filosofi masyarakat Jawa yang melekat pada makanan ini. Dengan demikian, gudeg berkontribusi pada diplomasi budaya yang memperkuat soft power Indonesia di kancah global. Inovasi pengemasan dan pemasaran gudeg ini juga mencerminkan kemampuan adaptasi budaya tradisional terhadap perkembangan zaman tanpa kehilangan nilai autentiknyanya. Proses pengemasan yang modern memungkinkan pelestarian cita rasa dan kualitas gudeg, sekaligus menunjang keberlanjutan usaha kuliner tradisional di era globalisasi. Oleh karena itu, gudeg tidak hanya menjadi warisan budaya yang dilestarikan, tetapi juga aset strategis dalam diplomasi budaya dan ekonomi kreatif Indonesia.

Meskipun potensi gudeg sebagai instrumen diplomasi budaya di Yogyakarta sangat besar, implementasi gastrodipomasi masih menghadapi berbagai tantangan signifikan. Salah satu kendala utama adalah kurangnya promosi terpadu yang melibatkan koordinasi efektif antara pemerintah daerah, pelaku usaha kuliner, dan sektor pariwisata. Pemerintah daerah cenderung fokus pada pengembangan destinasi wisata secara umum, sementara kuliner tradisional seperti gudeg masih dianggap sebagai pendukung, bukan sebagai fokus utama dalam strategi promosi pariwisata. Hal ini menyebabkan potensi kuliner sebagai daya tarik wisata dan alat diplomasi budaya belum dimanfaatkan secara optimal. Selain itu, kurangnya sinergi antar pemangku kepentingan menghambat pengembangan strategi gastrodipomasi yang terintegrasi, sehingga peluang untuk memperkuat citra budaya Indonesia melalui gudeg di tingkat internasional menjadi terbatas. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih

terkoordinasi dan kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas pariwisata agar gudeg dapat berfungsi maksimal sebagai alat diplomasi budaya yang efektif dalam meningkatkan nation branding dan menarik wisatawan mancanegara ke Yogyakarta. Lebih lanjut, studi menunjukkan bahwa konsep gastrodipomasi di Yogyakarta belum sepenuhnya diterapkan secara sistematis. Promosi kuliner masih bersifat sporadis dan belum memanfaatkan teknologi informasi secara optimal untuk menjangkau pasar internasional. Padahal, negara-negara lain seperti Thailand dan Korea Selatan telah sukses menggunakan gastrodipomasi sebagai strategi utama dalam meningkatkan pariwisata dan citra nasional mereka. Kondisi ini menuntut adanya peningkatan kapasitas pemerintah daerah dalam merancang program gastrodipomasi yang menyeluruh, termasuk pengembangan produk kuliner, pengemasan modern, serta promosi digital yang terarah dan berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan koordinasi dan promosi terpadu menjadi kunci utama dalam mengoptimalkan peran gudeg sebagai instrumen diplomasi budaya yang dapat mendukung pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif di Yogyakarta (Nabilah Ghina Zulfa Rifdah et al., 2020)

Kesimpulan dan Saran

Gudeg, sebagai makanan tradisional khas Yogyakarta, memiliki peran yang sangat penting baik dalam konteks budaya lokal maupun dalam diplomasi budaya Indonesia. Makanan ini tidak hanya mencerminkan kekayaan rasa dan tradisi Jawa, tetapi juga berfungsi sebagai simbol identitas budaya Yogyakarta dan Indonesia secara keseluruhan. Sebagai instrumen dalam gastrodipomasi, gudeg mampu memperkenalkan budaya Indonesia ke dunia internasional melalui keunikan rasa, proses pembuatan yang tradisional, serta nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Dalam konteks ini, gudeg berperan sebagai media soft power yang membantu memperkuat hubungan antarnegara dan memperluas pengaruh budaya Indonesia. Namun, meskipun potensi gudeg dalam mendukung diplomasi budaya sangat besar, terdapat tantangan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah kurangnya koordinasi dan promosi yang terpadu antara pemerintah, pelaku usaha kuliner, dan sektor pariwisata di Yogyakarta. Pengemasan dan pemasaran yang inovatif telah membuka peluang bagi gudeg untuk dipasarkan secara internasional, namun masih dibutuhkan strategi gastrodipomasi yang lebih terintegrasi dan sinergis agar kuliner ini dapat berfungsi maksimal dalam memperkenalkan budaya Indonesia di kancah global.

Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan peran gudeg sebagai instrumen diplomasi budaya, diperlukan kerjasama yang lebih erat antara semua pemangku kepentingan, serta pemanfaatan teknologi informasi dan promosi digital yang lebih efektif. Dengan demikian, gudeg tidak hanya akan menjadi warisan budaya yang dilestarikan, tetapi juga aset strategis dalam diplomasi budaya, pembangunan pariwisata, dan ekonomi kreatif Indonesia. Untuk mengoptimalkan peran gudeg sebagai instrumen diplomasi budaya Indonesia, diperlukan pendekatan yang lebih terintegrasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha kuliner, dan sektor pariwisata di Yogyakarta. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah meningkatkan promosi terpadu dengan memanfaatkan teknologi informasi dan platform digital secara efektif. Penggunaan media sosial, website, serta aplikasi digital dapat memperluas jangkauan gudeg kepada audiens internasional dan

memperkenalkan kuliner ini dengan lebih mendalam, baik dari segi sejarah, proses pembuatan, hingga filosofi yang terkandung dalam setiap hidangannya. Selain itu, pemerintah daerah perlu mengembangkan kebijakan yang mendukung pengemasan modern gudeg untuk meningkatkan daya tarik pasar internasional, seperti menciptakan produk kuliner yang siap ekspor dengan kemasan yang lebih menarik dan praktis. Sinergi yang kuat antara sektor kuliner dan pariwisata akan memperkuat potensi gudeg sebagai daya tarik wisata kuliner, yang pada gilirannya dapat mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Yogyakarta. Di samping itu, peningkatan kapasitas pemerintah daerah dalam merancang strategi gastrodipomasi yang terarah dan berkelanjutan, termasuk penyelenggaraan festival kuliner internasional dan promosi dalam forum global, akan memperkuat citra positif Indonesia di mata dunia. Dengan demikian, gudeg tidak hanya berfungsi sebagai kuliner khas, tetapi juga sebagai aset strategis dalam memperkenalkan dan mempromosikan budaya Indonesia secara global.

Daftar Pustaka

- Amalina, S. N. (2022). Pembelajaran Sejarah Kebudayaan Indonesia berbasis Pendidikan Multikultural. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 7(4), 853. <http://repository.uin-malang.ac.id/11988/>
- Faslah, R. (2024). *Identitas Nasional, Geostrategi, dan Geopolitik*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. <http://repository.uin-malang.ac.id/20872/>.<http://repository.uin-malang.ac.id/20872/>
- Hakim, I. N., & Hamidah, S. (2022). Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta. *Mozaik Humaniora*, 21(2), 193–208. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444>
- Hanifah, M. F., Rosdiana, H., Internasional, H., Pembangunan, U., & Jakarta, N. V. (2025). *Gastrodipomasi Korea Selatan di Indonesia melalui Ekspor Produk Makanan Korea Selatan Periode 2020-2022*. 21, 242–255.
- Nabilah Ghina Zulfa Rifdah, Bintoro Kurniawan Didiet, Indrawan Refi Yoga, & Hariyanti Nunik. (2020). Gastrodipomasi Sebagai Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Yogyakarta. *Channel Jurnal Komunikasi*, 8(1), 37–42. <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL%7C>
- Nugroho, S. P. (2023). Wisata Gastronomi Makanan Tradisional Yogyakarta melalui Storynomic. *Media Wisata*, 21(2), 340–359. <https://doi.org/10.36276/mws.v21i2.524>
- Rika Widianita, D. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19. <http://repository.uin-malang.ac.id/18203/>
- Yogyakarta, K. D. I. (2024). *Analisis makanan tradisional gudeg sebagai daya tarik wisata kuliner di yogyakarta*. April 2021.