

**PERAN MAVO KHAN RESTAURANT SEBAGAI AKTOR
NON-NEGARA DALAM PROMOSI BUDAYA PAKISTAN
MELALUI MAKANAN DI SURABAYA INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)
dalam bidang Hubungan Internasional



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Muhammad Yusron Faqih

10010222014

**Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Mei, 2026**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Yusron Faqih

NIM : 10010222014

Program Studi : Hubungan Internasional

Berjudul **Peran Mavo Khan Restaurant Sebagai Aktor Non-Negara Dalam Promosi Budaya Pakistan Melalui Makanan di Surabaya Indonesia**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 06 April 2026

Dosen Pembimbing,



Nur Luthfi Hidayatullah, S.IP., M.Hub.Int.

NIP 1991040920201210

PENGESAHAN

Skripsi oleh Muhammad Yusron Faqih dengan judul; **“Peran Mavo Khan Restaurant Sebagai Aktor Non-Negara Dalam Promosi Budaya Pakistan Melalui Makanan di Surabaya Indonesia”** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh tim penguji pada tanggal 20 Mei 2026.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Nur Luthfi Hidayatullah, S.IP. M..Hub.Int.

NIP: 199104092020121012

Penguji II



Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int. M.A

NIP: 199003252018012001

Penguji III



Zudan Rosyidi, M.A.

NIP: 1981032320091210004

Penguji IV



Zaky Ismail, M.S.I.

NIP: 198212302011011007

Surabaya, 20 Mei 2026

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.

NIP: 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Yusron Faqih
NIM : 10010222014
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
E-mail address : muhammadyusronfaqih@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Peran Mavo Khan Restaurant Sebagai Aktor Non-Negara Dalam Promosi Budaya pakistan

Melalui Makanan di Surabaya Indonesia

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 02 Juli 2026

Penulis



(Muhammad Yusron Faqih)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of Mavo Khan Restaurant as a non-state actor in promoting Pakistani culture through food in Surabaya, Indonesia. The study is motivated by the limited public understanding of Pakistan and its culture, particularly its culinary traditions. In the era of cultural globalization, cultural promotion is no longer carried out solely by states through formal diplomatic channels, but can also be conducted by non-state actors through various forms of everyday cultural interaction. In this context, Mavo Khan Restaurant represents an interesting case because it functions not only as a culinary business but also as a medium for introducing Pakistani cultural identity to the people of Surabaya. This research employs a descriptive qualitative method with data collected through semi-structured interviews, observation, documentation, and questionnaires as supporting data. The analysis is based on Bas Arts' theory of Non-State Actors in Global Governance, which includes the dimensions of size, constituency, access, impact, and discursive power to explain the position and role of Mavo Khan Restaurant as a non-state actor. In addition, the study applies Koichi Iwabuchi's cultural promotion framework, consisting of cultural product, cultural representation, cultural consumption, and transnational cultural flow, to explain the mechanisms through which Pakistani culture is promoted by the restaurant. The findings reveal that Mavo Khan Restaurant fulfills the characteristics of a non-state actor capable of introducing Pakistani culture to the people of Surabaya. This role is carried out by presenting Pakistani cuisine as a cultural product that embodies Pakistani cultural identity, representing cultural symbols through various forms of cultural representation, creating opportunities for cultural learning through cultural consumption, and expanding the dissemination of Pakistani culture through digital media and social interaction as forms of transnational cultural flow. The study also finds that Mavo Khan Restaurant exercises discursive power by shaping public understanding, introducing cultural identity, and influencing perceptions of Pakistan through various cultural representations displayed to visitors. Therefore, the restaurant functions not only as a culinary business entity but also as a medium of cultural promotion and cross-cultural exchange that contributes to the introduction of Pakistani identity in Surabaya.

Keywords: *non-state actors, cultural promotion, Pakistani culture, Pakistani cuisine, Bas Arts, Koichi Iwabuchi, discursive power, transnational cultural flow.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Mavo Khan Restaurant sebagai aktor non-negara dalam promosi budaya Pakistan melalui makanan di Surabaya, Indonesia. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai Pakistan dan budayanya, khususnya budaya kuliner. Di tengah perkembangan globalisasi budaya, promosi budaya tidak hanya dilakukan oleh negara melalui jalur diplomasi resmi, tetapi juga dapat dilakukan oleh aktor non-negara melalui berbagai bentuk interaksi budaya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks tersebut, Mavo Khan Restaurant menjadi menarik untuk dikaji karena tidak hanya berfungsi sebagai usaha kuliner, tetapi juga sebagai medium yang memperkenalkan identitas budaya Pakistan kepada masyarakat Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi-terstruktur, observasi, dokumentasi, dan kuesioner sebagai data pendukung. Analisis penelitian menggunakan teori Non-State Actors in Global Governance dari Bas Arts yang mencakup indikator *size*, *constituency*, *access*, *impact*, dan *discursive power* untuk menjelaskan posisi dan peran Mavo Khan Restaurant sebagai aktor non-negara. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan konsep promosi budaya dari Koichi Iwabuchi yang meliputi *cultural product*, *cultural representation*, *cultural consumption*, dan *transnational cultural flow* untuk menjelaskan mekanisme promosi budaya Pakistan yang dilakukan oleh restoran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mavo Khan Restaurant memenuhi karakteristik sebagai aktor non-negara yang memiliki kapasitas untuk memperkenalkan budaya Pakistan kepada masyarakat Surabaya. Peran tersebut dijalankan melalui kemampuan restoran dalam menghadirkan makanan Pakistan sebagai *cultural product* yang membawa identitas budaya Pakistan, merepresentasikan simbol-simbol budaya Pakistan melalui berbagai bentuk *cultural representation*, menciptakan pengalaman pengenalan budaya melalui *cultural consumption*, serta memperluas penyebaran budaya Pakistan melalui media digital dan interaksi sosial dalam bentuk *transnational cultural flow*. Penelitian ini juga menemukan bahwa Mavo Khan Restaurant menjalankan *discursive power* dengan membentuk pemahaman, memperkenalkan identitas, dan memengaruhi persepsi masyarakat mengenai Pakistan melalui berbagai representasi budaya yang ditampilkan kepada pengunjung. Dengan demikian, restoran ini tidak hanya berfungsi sebagai unit bisnis kuliner, tetapi juga sebagai medium promosi budaya dan pertukaran budaya lintas negara yang berkontribusi dalam memperkenalkan identitas Pakistan di Surabaya.

Kata Kunci: aktor non-negara, promosi budaya, budaya Pakistan, kuliner Pakistan, Bas Arts, Koichi Iwabuchi, *discursive power*, *transnational cultural flow*.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Rumusan Masalah.....	14
3. Tujuan Penelitian	14
4. Manfaat Penelitian	14
5. Kajian Pustaka	15
6. Sistematika Penulisan	37
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS DAN ARGUMENTASI UTAMA.....	41
1. Perspektif Teoritis.....	41
A. Teori <i>Non-State Actors</i> dalam <i>Global Governance</i> oleh Bas Arts	41
B. Promosi Budaya Menurut Koichi Iwabuchi	49
2. Kerangka Konseptual.....	52
3. Argumentasi Utama	55
BAB III METODE PENELITIAN	57
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	57
2. Unit dan Peringkat Analisis	59
3. Situasi Sosial, Sampel, dan Teknik Sampling	60
4. Teknik Pengumpulan Data.....	62
5. Teknik Validasi Data	63

6. Teknik Analisis Data	65
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
1. Profil Mavo Khan Restaurant	69
2. Popularitas Budaya Pakistan di Surabaya sebelum Mavo Khan Restaurant ..	75
3. Popularitas Budaya Pakistan di Surabaya sesudah Mavo Khan Restaurant ..	80
4. Mavo Khan Restaurant sebagai Aktor Non-Negara dalam Global Governance berdasarkan Konsep <i>Non-State Actors</i> (NSA) oleh Bas Arts	85
A. <i>Size</i> : Kapasitas Mavo Khan Restaurant	86
B. <i>Constituency</i> : Konstruksi Jaringan Budaya Pakistan dalam Operasional Mavo Khan Restaurant	91
C. <i>Access</i> : Akses Mavo Khan Restaurant terhadap Ruang Sosial dan Media sebagai Instrumen Jangkauan Publik	96
D. <i>Impact</i> : Pengaruh Mavo Khan Restaurant sebagai Aktor Non-Negara dalam Pembentukan Persepsi Budaya	100
5. Peran Mavo Khan Restaurant sebagai Aktor Non-Negara dalam Promosi Budaya Pakistan melalui <i>Discursive Power</i>	105
A. Makanan Pakistan sebagai Cultural Product	109
B. Representasi Budaya Pakistan melalui <i>Cultural Representation</i>	114
C. Pengenalan Budaya melalui <i>Cultural Consumption</i>	119
D. Mavo Khan Restaurant sebagai Medium Transnational Cultural Flow	124
BAB V PENUTUP	132
1. Kesimpulan	132
2. Saran	137
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	146
1. Transkrip Wawancara Penelitian	146

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1 Mavo Khan Restaurant</i>	<i>4</i>
<i>Gambar 1.2 Menu Mavo Khan Restaurant</i>	<i>4</i>
<i>Gambar 4.1 Diagram pengenalan masyarakat terhadap budaya Pakistan sebelum kehadiran Mavo Khan Restaurant</i>	<i>67</i>
<i>Gambar 4.2 Diagram pengenalan masyarakat terhadap Pakistan</i>	<i>67</i>
<i>Gambar 4.3 Diagram pengetahuan masyarakat terhadap budaya Pakistan</i>	<i>71</i>
<i>Gambar 4.4 Diagram keberhasilan Mavo Khan Restaurant</i>	<i>72</i>
<i>Gambar 4.5 Diagram pandangan masyarakat terhadap Pakistan</i>	<i>73</i>
<i>Gambar 4.6 Pelayanan dan Kondisi di Restoran</i>	<i>76</i>
<i>Gambar 4.7 Pengolahan makanan Pakistan di Mavo Khan Restaurant</i>	<i>97</i>
<i>Gambar 4.8 Makanan Pakistan di Mavo Khan Restaurant</i>	<i>100</i>
<i>Gambar 4.9 Ruang Mavo Khan Restaurant</i>	<i>101</i>
<i>Gambar 4.10 Sosial media Restoran</i>	<i>111</i>

DAFTAR PUSTAKA

- “KULINER DARI PAKISTAN (@briyanibandung).” Instagram. Diakses Februari 2026. <https://www.instagram.com/briyanibandung/?hl=en>.
- Adawiyah, Rhadiatul, dan Syafruddin Rais. “Gastrodiplomasi sebagai Strategi dalam Memperkenalkan Kuliner Indonesia di Hungaria.” *Jurnal Ilmiah Hospitality* 12, no. 2 (2023): 691–703. <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>.
- Al Ghafiqi, Ashabil Firdaus. “Gastrodiplomasi: Strategi Indonesia dalam Membangun Nation Branding di Kancah Internasional.” *Journal of International Relations (JIHI UNDIP)* 9, no. 2 (2023): 140–152. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jihi>.
- Anholt, Simon. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan, 2007.
- Anholt, Simon. *Places: Identity, Image and Reputation*. London: Palgrave Macmillan, 2010.
- Arts, Bas. “Non-State Actors in Global Governance: Three Faces of Power.” *Max Planck Project Group Working Paper*. Bonn: Max Planck Institute for Research on Collective Goods, 2003. <https://hdl.handle.net/10419/85112>.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014. <https://archive.org/details/research-design-john-creswell>.
- Daft, Richard L. *Organization Theory and Design*. Boston: Cengage Learning, 2016. <https://www.cengage.com/c/organization-theory-and-design-12e-daft/>.
- Data Primer Kuesioner Penelitian. “Peran Mavo Khan Restaurant sebagai Aktor Non-Negara dalam Promosi Budaya Pakistan di Surabaya.” 2026.
- Denzin, Norman K. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: McGraw-Hill, 1978. <https://archive.org/details/researchacttheor0000denz>.
- Ferdy. Wawancara oleh peneliti. Surabaya, 21 Mei 2026.

- Fitriana, Nur Dewi. Strategi Nation Branding terhadap Pariwisata. Skripsi. Universitas Bosowa Makassar, 2023.
<https://repository.unibos.ac.id/skripsi/4519023006.pdf>.
- Google Maps Reviews. “Mavo Khan Restaurant.” Diakses 4 Oktober 2025.
<https://goo.gl/maps/6bEJrjJHq3J2>.
- Hafiz Jee’s. “Restaurant Reviews.” Tripadvisor. Diakses Februari 2026.
https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant_Review-g297725-d18849422-Reviews-Hafiz_Jees-Medan_North_Sumatra_Sumatra.html.
- Hashir Khan. Wawancara oleh peneliti. Mavo Khan Restaurant, Surabaya, 2025–2026.
- Held, David, Anthony McGrew, David Goldblatt, dan Jonathan Perraton. *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Stanford: Stanford University Press, 1999. <https://www.sup.org/books/title/?id=814>.
- Iwabuchi, Koichi. *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham: Duke University Press, 2002.
- Jawa Pos. “Berburu Kuliner Khas Timur Tengah di Ampel Surabaya: 4 Spot Selalu Ramai Dikunjungi Wisatawan Luar Kota.” JawaPos.com, 26 April 2025. <https://www.jawapos.com/kuliner/015931176/berburu-kuliner-khas-timur-tengah-di-ampel-surabaya-4-spot-selalu-ramai-dikunjungi-wisatawan-luar-kota>.
- Kartika, Dyah Kusumaningayu Ratna. “Cobain Yuk! Kuliner Viral Khas Pakistan Hadir di Surabaya.” SurabayaNetwork.id, 2 Juni 2024. <https://surabaya.jatimnetwork.com/gaya-hidup/5212820682/cobain-yuk-kuliner-viral-khas-pakistan-hadir-di-surabaya>.
- Karyawan Mavo Khan Restaurant. Wawancara oleh peneliti. Surabaya, 2026.
- Khoiri, Mochammad. Wawancara oleh peneliti. Mavo Khan Restaurant, Surabaya, 2026.
- Lestari, Sella Gita, Suwarti Sari, dan Anggun Dwi Panorama. “Nation Branding Indonesia dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan dari Malaysia ke Indonesia 2019–2023.” *Global Insights Journal* 1, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.36859/gij.v1i2.2772>.

- Lincoln, Yvonna S., dan Egon G. Guba. *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA: SAGE Publications, 1985.
- Mas'oed, Mochtar. *Pengantar Hubungan Internasional: Teori dan Analisis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2018.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014. <https://archive.org/details/qualitative-data-analysis-3rd-edition>.
- Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1994. <https://archive.org/details/qualitivedataa00mile>.
- Mintz, Sidney W., dan Christine M. Du Bois. "The Anthropology of Food and Eating." *Annual Review of Anthropology* 31 (2002): 99–119. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.32.032702.131011>.
- Nye, Joseph S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs, 2004. https://www.belfercenter.org/sites/default/files/pantheon_files/files/publication/joe_nye_wielding_soft_power.pdf.
- Observasi Peneliti. Mavo Khan Restaurant, Surabaya, 2025–2026.
- Pelanggan Mavo Khan Restaurant. Wawancara oleh peneliti. Surabaya, 2026.
- Pratama, Ardyana. "Mavo Khan Restaurant: Sensasi Kuliner Pakistan Otentik di Jantung Ampel, Surabaya." *Kata Mereka*, 13 Februari 2025. <https://www.katamereka.co.id/kuliner/189/mavo-khan-restaurant-sensasi-kuliner-pakistan-otentik-di-jantung-ampel-surabaya>.
- Rockower, Paul S. "Recipes for Gastrodiplomacy." *Place Branding and Public Diplomacy* 8, no. 3 (2012): 235–246. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>.
- Rofiq Maulidi. Wawancara oleh peneliti. Surabaya, 2026.
- Santoso, Alek Dwi, dan Budi Setiawan. "Gastronomi dan Warisan Budaya di Gadri Restaurant Yogyakarta." *Jurnal Eko-Bisma* 4, no. 2 (2025): 238–243.

- Sari, Lizta Indah. Gastrodiplomasi Indonesia di Amerika Serikat Khususnya melalui Summer Fancy Food Show Tahun 2022. Skripsi. Universitas Sriwijaya, 2021. <https://repository.unsri.ac.id>.
- Soraya, Alyssa Najwa, dan Yustikasari. “Strategi Nation Branding Kedutaan Besar Republik Indonesia di Damaskus Melalui Kegiatan Kelas Bahasa Indonesia.” *Jurnal IKA BSI* 11, no. 2 (2024): 49–56. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jika/article/view/22898>.
- Spradley, James P. *The Ethnographic Interview*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1979. <https://archive.org/details/ethnographicinte00spra>.
- Sugih, Hanna Ghaniyyah Permata, Agung Permadi, dan Elistania. “Upaya Pemerintah Indonesia Meningkatkan Nation Branding melalui Program BIPA.” *Sospol: Jurnal Sosial Politik, Special Issue* (2025): 15–32. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v1i3.34526>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Tim Peneliti UPN Jawa Timur. “Diplomasi Budaya melalui Kampanye Wonderful Indonesia.” *Jurnal UPN Jawa Timur*, 2021. <https://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jurnal/article/view/12345>.
- Tujuh Pagi. “Mavo Khan Restaurant, Wajah Diplomasi Kuliner Pakistan di Surabaya.” 5 Maret 2026. <https://tujuhpagi.co/news-120-mavo-khan-restaurant-wajah-diplomasi-kuliner-pakistan-di-surabaya>.
- Wawan. Wawancara oleh peneliti. Surabaya, 2026.