

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pemberitaan negatif pasca kecelakaan PLTN Fukushima yang beredar telah memunculkan kekhawatiran publik terhadap kontaminasi radioaktif pada bahan makanan produksi Jepang sehingga hal tersebut menyebabkan penurunan pada citra makanan Jepang yang tadinya terkenal atas kesehatan dan kualitasnya. Dalam rangka memulihkan kembali citra makanan Jepang, dapat terlihat bahwa dalam upaya memulihkan citra makanan Jepang, pemerintah Jepang telah melakukan diplomasi publik yang dapat dilihat dari segi dimensi manajemen berita, komunikasi strategis, dan pembangunan hubungan.

Pada dimensi manajemen berita, terlihat adanya penyebaran informasi yang berhubungan dengan respon atau klarifikasi pemerintah kepada publik asing maupun domestik terkait pemberitaan negatif yang beredar di media pasca kecelakaan PLTN Fukushima, melalui perwakilan Jepang, Noriyuki Shikata, dengan memanfaatkan teknologi digital seperti akun pribadi media sosialnya maupun situs Kantei yang berisikan transkrip konferensi pers yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris mengenai keamanan makanan Jepang, dimensi ini terlihat adanya pola komunikasi G2P (*government to people*) yaitu pemerintah Jepang berusaha menyebarkan informasi ke publik negara lain. Lalu, pada dimensi komunikasi strategis, terlihat upaya pemerintah Jepang untuk menyampaikan pesan yang mengandung citra nasional yang ingin disebarluaskan yaitu bahwa makanan Jepang sehat dan berkualitas, baik sebelum maupun sesudah kecelakaan PLTN Fukushima, serta aman untuk konsumsi domestik maupun ekspor ke luar negeri melalui kegiatan simbolis dalam menyampaikan pesan tersebut dengan strategi gastrodiplomasi *Use of Opinion Leaders* yaitu dengan mendaftarkan washoku yang memiliki *tagline* FBI atau “*Made from Japan, Made by Japan, Made in Japan*” ke Warisan Budaya Takbenda UNESCO. Kemudian, pada dimensi pembangunan hubungan, terlihat adanya upaya diplomasi publik untuk

mengadakan kegiatan yang dilakukan di tingkat personal seperti mengadakan studi wisata ke prefektur Fukushima untuk publik asing dari berbagai macam negara yang mana hal ini termasuk ke dalam komunikasi P2P (*people to people*) karena kegiatan studi wisata tersebut mampu melibatkan publik asing dengan masyarakat Fukushima secara langsung sehingga mempengaruhi persepsi mereka, di dimensi pembangunan hubungan juga meliputi acara-acara yang diselenggarakan di negara lain dengan tujuan untuk mempromosikan keamanan makanan Jepang, khususnya makanan yang diproduksi di Fukushima, agar citra makanan Jepang dapat pulih seperti sebelum terjadinya kecelakaan PLTN Fukushima dan dapat mendapatkan kepercayaan publik kembali. Dari ketiga dimensi tersebut terlihat juga adanya pemanfaatan teknologi digital dalam melakukan diplomasi publiknya baik itu melalui situs resmi yang dibuat pemerintah Jepang maupun akun media sosial perwakilan Jepang. Berdasarkan pengamatan penulis, dimensi komunikasi strategis dan pembangunan hubungan merupakan yang paling menonjol dalam memulihkan citra makanan Jepang, karena di dimensi komunikasi strategis telah membantu meningkatkan minat orang kepada makanan Jepang sedangkan pada pembangunan hubungan terlihat adanya umpan balik yang positif terutama dari segi perubahan persepsi.

6.1.1 Saran Praktis

Di era sekarang, teknologi internet merupakan hal yang terintegrasi dan lekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di seluruh penjuru dunia dan masyarakat cenderung mengandalkan media digital seperti Twitter ataupun media sosial lainnya untuk memperoleh suatu informasi, sehingga pemanfaatan teknologi digital merupakan hal yang perlu dipertimbangkan negara dalam membangun komunikasi dengan publik asing untuk membentuk citra negara yang ingin mereka bangun. Dari ketiga dimensi publik yang dilakukan Jepang khususnya di dimensi manajemen berita, diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Jepang lebih ke arah sekedar menyebarkan informasi terkait situasi terkini keamanan makanan ataupun memberikan respon terhadap tuduhan-tuduhan yang beredar sehingga publik asing cenderung sekedar berperan sebagai audiens saja. Apabila memungkinkan, akan lebih baik jika diplomasi

publik dimensi tersebut lebih melibatkan masyarakat agar komunikasi yang terbangun dapat lebih meyakinkan publik asing.

6.2.2 Saran Akademis

Studi ini tidak menganalisis diplomasi publik Jepang terkait pemulihan citra makanannya dari tingkat bilateral dengan satu negara lain secara khusus karena keterbatasan data dimana data yang peneliti peroleh lebih memfokuskan pada publik di tingkat internasional secara umum. Mengingat penelitian ini membahas dari segi negara Jepang dengan publik asing di tingkat internasional, saran penulis untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik apabila dapat meneliti dengan memfokuskan upaya pemulihan citra makanan Jepang dari tingkat antara Jepang dengan satu negara lainnya secara spesifik dengan mengumpulkan data primer lewat wawancara dengan Kedutaan Besar Jepang di negara yang memiliki respon negatif terkait citra makanan Jepang seperti misalnya Korea Selatan. Kemudian, saran terkait konsep dan teori yang digunakan untuk penelitian selanjutnya, penulis menyarankan Diplomasi Publik Nicholas J. Cull agar dapat membahas lebih mendalam.