

BAB V

PENUTUP

Pada bagian akhir ini dituliskan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis. Terdapat pula saran yang diharapkan dapat menjadi masukan terhadap pelaksanaan gastrodiplomasi di Indonesia kedepannya. Saran yang tersedia semoga dapat memberikan dampak positif bagi setiap aktor yang terlibat baik yang sekarang maupun yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

Sebagai kebutuhan dasar setiap manusia, makanan merupakan sesuatu hal yang unik dan menjadi pembeda antara “kami” dan “mereka”. Makanan sebagai representasi dari budaya suatu daerah dapat menunjang citra negara dalam masyarakat internasional. Pertukaran budaya melalui makanan cenderung mudah dan dapat diterima dengan baik, melihat dari banyaknya restoran asing yang dapat ditemui di berbagai belahan dunia. Melihat dari potensi yang dimiliki Indonesia, menurut data yang tersedia Indonesia lebih unggul dibandingkan negara Asia Tenggara lainnya seperti Hongkong, Thailand, Malaysia dan Singapura. Indonesia memiliki wilayah yang luas, keanekaragaman hayati yang tinggi, keragaman etnis dan suku yang sangat besar, budaya dan tradisi yang beragam, dan spektrum masakan tradisional yang sangat luas.

Amerika Serikat dipilih sebagai negara tujuan dalam melakukan gastrodiplomasi karena merupakan negara adidaya. Menjalin hubungan baik dengan AS dapat dikatakan memiliki nilai lebih. Oleh karena itu, perlu adanya usaha untuk mempertahankan dan mempererat jalinan melalui hubungan bilateral. Kedua negara, baik Indonesia dan Jepang punya potensi yang besar dalam hal makanan. Dimana Indonesia punya begitu banyak macam kuliner khas yang dapat dipilih, Jepang menawarkan makanan tradisional yang

sehat. Gastrodiplomasi merupakan salah satu cara berdiplomasi dimana kuliner dapat menjadi instrument untuk menunjang hubungan kenegaraan. Sebagai *soft power*, kedua negara dapat mencapai kepentingan nasional baik berupa peningkatan wisatawan ataupun jumlah ekspor pangan dengan cara yang halus.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis menyimpulkan bahwa pelaksanaan gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Jepang lebih signifikan dampaknya dibandingkan dengan Indonesia terhadap Amerika Serikat. Bila melihat dari daftar restoran yang masuk ke dalam *Michelin Guide*, Indonesia belum memiliki restoran di negara sendiri yang terdaftar, sedangkan Jepang sudah ada. Selain itu, Indonesia juga belum memiliki program khusus untuk menjalankan gastrodiplomasi, sedangkan Jepang sedari awal sudah membuat program *Washoku*. Dimana sebelum itu pun sudah didukung pula oleh program *Cool Japan*. Kampanye berbarengan ini bisa lebih melekatkan kebudayaan asing pada masyarakat dunia.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Setelah melakukan penelitian, penulis mengamati hal-hal apa saja yang menjadi masalah dalam pelaksanaan gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Indonesia. Oleh karena itu, penulis memberikan saran praktis berupa penetapan program gastrodiplomasi untuk melakukan promosi kuliner khas Indonesia secara konsisten dan berkelanjutan. Dalam program ini, pemerintah Indonesia bisa menetapkan tujuan dan pembagian kinerja bagi beberapa unit yang terlibat dalam kegiatan promosi, seperti Kemlu dan Kemenparekraf. Pemerintah Indonesia juga perlu menetapkan rencana pelaksanaan yang relevan dengan sistem yang berjalan saat ini agar program ini mampu mengejar ketertinggalan promosi kuliner Indonesia. Seperti misalnya dengan menampilkan makanan khas Indonesia di setiap acara internasional yang melibatkan Indonesia di dalamnya. Selain itu juga dapat memanfaatkan internet untuk menyebarkan informasi mengenai kuliner dan masakan Indonesia baik berupa infografis, majalah, maupun video.

5.2.2 Saran Teoritis

Peneliti menyarankan kepada peneliti lainnya khususnya yang menggeluti ilmu hubungan internasional agar melanjutkan ataupun mengembangkan penelitian ini. Peneliti lainnya dapat menganalisis strategi yang dilakukan oleh negara-negara lain dalam melakukan gastrodiplomasi, khususnya di negara Asia yang dekat dengan Indonesia. Peneliti juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan wawancara dengan narasumber baik pelaku gastodiplomasi di luar negeri maupun dalam negeri, juga kepada pemerhati dan pakar gastrodiplomasi lainnya agar data yang didapat lebih konkrit dan mendapatkan wawasan baru yang bisa dipelajari bagi Indonesia untuk mengembangkan program gastrodiplomasi hingga terkenal di seluruh dunia.