

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, praktik gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Pemerintah Korea Selatan melalui peluncuran program *Global Hansik: Korean Cuisine to the World* merupakan sebuah upaya *nation branding* dalam meningkatkan citra nasionalnya di mata dunia internasional. Sebelum dilakukannya praktik gastrodiplomasi, *nation branding index* Korea Selatan masih terbilang cukup rendah dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Namun, setelah dilakukannya program *rebranding* nasional yang salah satunya adalah dengan meluncurkan program *Global Hansik: Korean Cuisine to the World*, beberapa tahun setelahnya *nation branding index* Korea Selatan terus mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya reputasi Korea Selatan, maka hal tersebut akan mengundang perhatian dan minat publik atau masyarakat internasional untuk berkunjung Korea Selatan. Strategi *nation branding* Korea Selatan melalui penggunaan praktik gastrodiplomasi telah berhasil membangkitkan sektor pariwisata Korea Selatan, hal ini dapat dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Korea Selatan setelah diluncurkannya program *Global Hansik: Korean Cuisine to the World*.

Praktik gastrodiplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan tentunya bukan hanya sekedar untuk mempromosikan kulinernya saja, namun digunakan untuk meningkatkan *nation branding*-nya sehingga mampu mengundang kunjungan internasional ke Korea Selatan. Dengan semakin banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Korea Selatan, maka akan semakin banyak pula *cash flow* atau aliran dana yang masuk ke Korea Selatan dari kantong para wisatawan tersebut. Hal ini tentunya akan berdampak baik bagi perekonomian Korea Selatan dengan bertambahnya pemasukan negara dari sektor pariwisata. Tercatat, pemasukan Korea Selatan setelah diluncurkannya program *Global Hansik: Korean Cuisine to the World* yakni pada periode 2015-2019 terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

VI.2 Saran

VI.2.1 Saran Akademis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat berkontribusi dan membantu para akademisi lainnya yang tertarik untuk melakukan penelitian mengenai gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Pemerintah Korea Selatan. Untuk para akademisi lainnya yang tertarik untuk membahas topik ini, maka peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat memperoleh data mengenai *nation branding index* Korea Selatan secara lebih detail lagi, karena pada saat penelitian ini dilakukan, sumber dan ketersediaan data mengenai *nation branding index* Korea Selatan masih sangat terbatas. Tidak hanya itu saja, peneliti juga berharap agar penelitian selanjutnya dapat memperbanyak lagi bahan dan sumber khususnya *literature review* sehingga penelitian yang dilakukan memiliki data-data yang teruji.

VI.2.2 Saran Praktis

Besar harapan peneliti, apabila penelitian ini dapat dijadikan contoh atau rujukan bagi Pemerintah Indonesia khususnya kepada kementerian atau lembaga negara terkait dalam memanfaatkan kekayaan kuliner nusantara untuk meningkatkan *nation branding* Indonesia di mata dunia internasional sehingga mampu meningkatkan pariwisata dalam negeri seperti yang telah dilakukan oleh Pemerintah Korea Selatan sebelumnya. Karena dengan semakin banyaknya jumlah wisatawan mancanegara yang datang, maka hal tersebut akan berdampak baik pada perekonomian nasional dengan meningkatnya pemasukan atau devisa negara dari sektor industri pariwisata.