

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi *Niche Diplomacy* Prancis melalui Festival Sinema Prancis (FSP) di Indonesia pada periode 2023–2025 dijalankan secara efektif sebagai respons terhadap dinamika persaingan budaya global melalui empat indikator utama. Pertama, spesialisasi, yang diwujudkan dengan memosisikan sinema auteur dan film *art-house* sebagai ceruk budaya yang eksklusif di luar kompetisi *box office* arus utama. Kedua, pemanfaatan keunggulan komparatif melalui FSP sebagai sarana untuk menegaskan prinsip *l'exception culturelle* (pengecualian budaya) dan kebebasan berekspresi, sehingga menawarkan karakter yang berbeda dari sinema yang berorientasi pada industri massal. Ketiga, *elite targeting*, yang diterapkan melalui penargetan sivitas akademika dan komunitas sineas Indonesia, sekaligus memperluas fungsi festival dari sekadar *Business-to-Consumer* (B2C) menjadi wadah kolaborasi *Business-to-Business* (B2B). Keempat, konsistensi jangka panjang, yang didukung oleh keberadaan infrastruktur IFI serta pemanfaatan jejaring Warung Prancis di berbagai perguruan tinggi untuk menjaga keberlanjutan diplomasi budaya di Indonesia.

Keempat strategi tersebut memperkuat temuan penelitian bahwa Prancis secara sadar tidak memilih bersaing secara langsung dengan kekuatan budaya populer seperti Hollywood dan Hallyu dalam memperebutkan pasar massal. Sebaliknya, FSP diposisikan sebagai instrumen budaya yang berorientasi pada penciptaan nilai (*value-driven*), bukan semata-mata pada kepentingan komersial. Melalui strategi niche yang terfokus, Prancis berhasil mempertahankan posisinya sebagai *great middle power* dengan menjaga visibilitas sekaligus memperkuat daya tawar budayanya di Indonesia.

#### **5.2. Saran**

##### **5.2.1. Saran Praktis**

Bagi *Institut Français d'Indonésie* (IFI). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi niche yang selama ini diterapkan IFI terbukti efektif, terutama dalam merespons pergeseran karakteristik audiens menuju generasi Z.

Berbagai inovasi adaptif, seperti penerapan format hibrida dan penguatan kolaborasi dengan sineas lokal, berkontribusi positif terhadap peningkatan jumlah penonton, sehingga pendekatan tersebut layak untuk terus dipertahankan dan dikembangkan. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya kelemahan pada aspek kelembagaan, yakni belum tersedianya sistem pengarsipan dan basis data historis FSP yang terpusat sejak penyelenggaraan pertamanya pada tahun 1996. Atas dasar itu, IFI disarankan untuk membangun sistem dokumentasi festival yang lebih komprehensif, baik dalam bentuk data kuantitatif maupun kualitatif. Kehadiran basis data semacam ini tidak hanya penting untuk mendukung kebutuhan audit serta evaluasi internal kedutaan, tetapi juga dapat menjadi sumber rujukan primer yang bernilai bagi penelitian akademik pada masa mendatang.

Bagi Pembuat Kebijakan dan Praktisi Diplomasi Indonesia. Pengalaman Prancis memperlihatkan bahwa keberhasilan diplomasi budaya tidak selalu ditentukan oleh besarnya modal untuk bersaing di arus utama. Bagi negara kekuatan menengah seperti Indonesia, pendekatan *Niche Diplomacy* menawarkan alternatif strategi yang relevan untuk mempromosikan aset-aset budaya nasional yang memiliki keunikan dan keunggulan tersendiri di tingkat internasional. Dalam konteks tersebut, model *Indonesia-France Film Lab* dapat dipandang sebagai sebuah cetak biru yang ideal mengenai praktik diplomasi budaya kontemporer. Kementerian Luar Negeri maupun Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia berpeluang mereplikasi pola inkubasi *Business-to-Business* (B2B) tersebut guna menggeser orientasi diplomasi budaya nasional. Dengan demikian, diplomasi budaya Indonesia tidak lagi semata-mata berfokus pada promosi kesenian tradisional di luar negeri, tetapi juga berperan sebagai fasilitator yang mendorong ekspor serta pengembangan ko-produksi industri kreatif Indonesia di tingkat global.

### 5.2.2. Saran Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperluas penggunaan kerangka *Niche Diplomacy*, yang selama ini lebih banyak berkembang dalam kajian *hard politics* dan keamanan internasional, ke dalam analisis mengenai *soft power* dan diplomasi budaya. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *Niche Diplomacy* juga relevan untuk memahami

strategi negara dalam arena persaingan budaya global. Meskipun demikian, penelitian ini tetap memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui. Keterbatasan data historis sebelum tahun 2023 membuat fokus kajian diarahkan pada periode pasca-pandemi. Selain itu, desain penelitian yang bersifat kualitatif lebih menitikberatkan pada perspektif institusi penyelenggara, yakni IFI, sehingga efektivitas diplomasi yang dianalisis masih diukur melalui tren partisipasi audiens dan belum menjangkau perubahan persepsi pada tingkat kognitif masyarakat sasaran.

Untuk melengkapi keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya sangat disarankan untuk mengembangkan studi resepsi audiens dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, khususnya melalui survei terhadap para pengunjung FSP. Pendekatan semacam ini penting untuk memperoleh gambaran empiris mengenai sejauh mana strategi niche yang dijalankan Prancis mampu membentuk afeksi, persepsi, dan pandangan politik audiens terhadap negara tersebut. Di samping itu, kajian komparatif yang membandingkan efektivitas FSP dengan instrumen diplomasi budaya negara lain, seperti *Japan Foundation* maupun *Goethe-Institut* di Indonesia, juga berpotensi memperkaya khazanah akademik di bidang Hubungan Internasional. Analisis yang lebih spesifik mengenai efektivitas program Warung Prancis di berbagai perguruan tinggi pun layak untuk dikembangkan, mengingat program tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai variasi strategi dan taktik diplomasi budaya yang diterapkan di negara-negara berkembang.