

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Gastrodiplomasi menjadi pilihan strategi yang dinamis dan kreatif untuk menarik perhatian masyarakat dunia dalam membentuk citra kuliner Thailand sebagai *nation branding* negaranya. Jika Thailand ingin meningkatkan eksistensinya di dunia internasional, maka Thailand harus membentuk sebuah merek yang unik dan berbeda dari negara lain. Keputusan pemerintah Thailand dalam menerapkan gastrodiplomasi sebagai upaya pembentukan *nation branding* negaranya didasarkan pada pertimbangan terhadap keunikan makanan khasnya, ditambah dengan adanya fakta bahwa makanan merupakan sebuah budaya yang sangat penting untuk dimanfaatkan sebagai salah satu daya tarik suatu negara. *Nation branding* dalam hubungannya dengan gastrodiplomasi Thailand berkaitan dengan keragaman dan keunikan cita rasa makanannya yang memiliki nilai tersendiri, sehingga membedakan negaranya dengan negara lain. Keragaman dan keunikan dari makanan khas Thailand telah menjadi salah satu daya tarik penting dalam meningkatkan familiaritas negaranya terhadap dunia internasional, yang mana juga dapat meningkatkan citra negara dari sisi kekayaan makanan khasnya.

Pemerintah Thailand membangun citra kuliner sebagai *nation branding* negaranya melalui peningkatan jumlah restoran-restoran khas Thailand di luar negeri; meningkatkan keamanan, kualitas, dan higienitas dari komoditas pertanian serta pangannya; mempromosikan komoditas ekspor produk-produk pangan dan jasa terkait; mengembangkan inovasi terbaru dalam industri makanan serta menempatkan negaranya sebagai pusat penelitian makanan untuk memenuhi harapan negaranya selaku “Dapur Dunia.” Upaya-upaya tersebut membuahkan hasil dalam meningkatkan familiaritas makanan khas Thailand di dunia internasional. Thailand mulai menyadari bahwa masyarakat internasional tidak merasa asing dengan perbedaan cita rasa makanan khas mereka, bahkan mereka menyukai cita rasa makanan khas Thailand yang unik dan kompleks, baik dari sisi cita rasa, tampilan, teknik penyajian serta teknik pembuatannya. Berkaitan dengan hal tersebut, *Tom Yum* dan *Pad Thai* melambangkan Thailand sebagai

negara yang memiliki citra kuliner dengan cita rasanya yang kompleks dan unik. Familiaritas makanan khas yang dimiliki oleh makanan khas Thailand berfungsi untuk memengaruhi citra negaranya menjadi lebih baik. Thailand pun telah menjadi model bagi negara-negara lain untuk menggunakan gastrodiplomasi sebagai sarana untuk melakukan diplomasi kebudayaan. Thailand terbilang sukses sebagai negara pelopor pelaksanaan gastrodiplomasi, tidak mengherankan jika pelaksanaan gastrodiplomasi Thailand diikuti jejaknya oleh beberapa negara lainnya. Thailand telah memenuhi strategi *nation branding* proaktif berbasis pada *national brand hexagon* berdasarkan dengan implementasi gastrodiplomasi melalui *Global Thai* dan juga *Thailand: Kitchen of the World* dalam membentuk citra kuliner sebagai *brand image* negaranya.

Dalam hal ini, Thailand berhasil meningkatkan familiaritas makanan khasnya dalam upaya membentuk citra kuliner bagi negaranya. Gastrodiplomasi Thailand dalam mengatasi citra negatif Thailand yang berkaitan dengan tingkat higienitas makanannya telah dilakukan melalui berbagai upaya, salah satunya adalah meningkatkan keamanan makanannya. Namun, gastrodiplomasi tidak dapat secara langsung memperbaiki citra negatif Thailand yang berkaitan dengan wisata seks. Citra negatif Thailand yang diasosiasikan dengan wisata seks masih terus berkembang hingga saat ini, karena berbagai alasan termasuk kemiskinan dan para pemangku kepentingan yang mencoba untuk memperluas dan mempertahankan wisata seks. Faktanya, wisata seks berperan besar dalam menunjang sektor pariwisata di Thailand. Maka dari itu, Pemerintah Thailand membutuhkan hukum yang lebih tegas untuk benar-benar menghilangkan atau setidaknya mengontrol aktivitas wisata seks, sebelum pada akhirnya gastrodiplomasi dapat menciptakan citra positif melalui *brand image* yang telah dibentuk dari citra kulinernya. Meskipun begitu, Zhang berpendapat bahwa gastrodiplomasi mampu mengalihkan citra negatif Thailand secara perlahan-lahan dengan citra kuliner. Gastrodiplomasi mampu membentuk suatu merek baru yang tercipta atas citra kuliner yang akan melampaui citra negatif yang ada. Maka dari itu, Pemerintah Thailand harus melaksanakan gastrodiplomasi secara berkelanjutan dan terus menerus dengan perkembangan inovasi, program, dan juga strategi.

6.2 Saran

Dalam beberapa tahun terakhir, makanan telah memainkan peran yang cukup signifikan dalam memperkuat kemampuan *soft power* suatu negara. Selain itu, studi mengenai peran makanan dalam kegiatan berdiplomasi telah berkembang menjadi sebuah topik penelitian yang cukup diminati, dengan memaparkan berbagai kepentingan dan pengaruh yang dimiliki oleh makanan pada beberapa sektor-sektor lainnya seperti perekonomian dan pariwisata. Gastrodiplomasi telah membuktikan bahwa makanan adalah salah satu instrumen diplomasi yang terlihat sangat nyata terjadi bahkan dalam kegiatan sehari-hari. Berkaitan dengan pesatnya laju globalisasi, upaya dalam mencitrakan tempat, khususnya negara atau yang disebut juga sebagai *nation branding*, sangatlah penting karena setiap tempat selalu berusaha untuk meningkatkan, beradaptasi atau menjaga reputasi internasional mereka, sebab saat ini dunia berada pada satu pasar yang sangat besar. Karena pesatnya proses globalisasi tersebut, maka setiap negara di dunia diharapkan untuk menyadari dan lebih menggali potensi makanan yang dimiliki secara lebih mendalam sebagai alat diplomasi untuk memperkuat *soft power* negara masing-masing. Keberadaan gastrodiplomasi itu sendiri mampu membentuk citra positif sebagai *nation branding* negara yang bersangkutan. Citra negara yang positif mempunyai arti penting, karena citra negara sangat berpengaruh pada kestabilan kondisi negara itu sendiri, baik dalam hal politik, ekonomi maupun sosial yang kemudian akan berdampak langsung pada interaksi yang dilakukan oleh negara tersebut dengan negara-negara lain sebagai upaya pencapaian dan perluasan kepentingan nasional. Dalam tatanan ini, diharapkan bahwa gastrodiplomasi dapat terus berkembang dan disadari kepentingannya dalam pelaksanaan kegiatan kenegaraan dalam hubungan internasional, sehingga akan lebih banyak lagi negara-negara yang menggali dan mengeksplorasi serta memanfaatkan potensi kuliner yang dimilikinya sebagai *soft power* yang penting bagi negara dalam menghadapi fenomena global dewasa ini, baik dalam mencapai kepentingan politik, ekonomi maupun sosial.