

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Asian Games 2018 menjadi salah satu dari banyak pilihan strategi yang dinamis dan kreatif untuk menarik perhatian masyarakat dunia dalam membentuk citra Indonesia sebagai *nation branding* negaranya. Jika Indonesia ingin meningkatkan eksistensinya pada duni internasional, maka Indonesia harus membentuk sebuah merek yang unik dan berbeda dari negara lain. Menerapkan Asian Games 2018 sebagai salah satu upaya pembentukan *nation branding* negaranya didasarkan pada pertimbangan untuk menjadi tuan rumah dari kegiatan yang prestitus, ditambah dengan adanya fakta bahwa kegiatan olahraga sebagai salah satu kegiatan yang sangat penting untuk dimanfaatkan sebagai salah satu daya Tarik suatu negara. *Nation branding* dalam hubungannya dengan *event* Asian Games 2018 berkaitan dengan keragaman dan keunikan dari bangsa Indonesia yang memiliki nilai tersendiri, sehingga membedakan negaranya dengan negara lain. Keragaman dan keunikan tersebut menjadi salah satu daya tarik penting dalam meningkatkan familiaritas negaranya terhadap dunia internasional, dimana juga dapat meningkatkan citra negara dari sisi kesuksesan penyelenggaraan kegiatan tersebut.

Pentingnya Indonesia menggunakan Asian Games 2018 sebagai media diplomasi public dalam membangun citra positif indonesia sebagai pengalihan dari citra negative Indonesia dikarenakan keterbatasan dari pemerintah Indonesia dalam melakukan diplomasi public. Pemerintah Indonesia perlu melibatkan berbagai aktor untuk memabntu menghubungkan pemerintah indonesia kepada public atau *government to public*. Maka dari itu dalam penyelenggaraan Asian Games 2018, Indonesia melibatkan banyak aktor mulai dari pemerintah kota di 2 *host cities* Jakarta dan Palembang, *Committee Olympiade of Asia* (COA) sebagai bada induk olimpiade di kawasan Asia dan INASGOC Asian games 2018 sebagai panitia utama dari kesuksesan penyelenggaraan Asian Games 2018 serta berbagai sponsor partnership Asian Games 2018 dalam melakukan upaya diplomasi publiknya guna untuk membangun citra positif Indonesia. Dengan melibatkan berbagai aktor tersebut dalam diplomasi public Indonesia, akan sangat memabntu serta memudahkan pemerintah indonesia untuk

melakukan diplomasi publiknya dalam menyebarkan pesan utama yang dibawa Indonesia untuk mengubah persepsi public akan negara Indonesia. disamping itu berbagai kerjasama dengan aktor-aktor lainnya yang memabtnu upaya Indonesia dalam melakukan diplomasi publiknya.

Penyelenggaraan Asian Games 2018 telah menjadi bukti keberhasilan menggunakan diplomasi public sebagai media Indonesia dalam memabngun citra positif Indonesia sebagai negara yang memiliki citra positif lebih untuk diperlihatkan dan mengalihkan ataupun menggantikan citra negative yang ada. Adanya pujian dari masyarakat internasional melalui media-media asing dan peningkatan infrastruktur dan ekonomi dari hasil penjualan souvenir resmi yang ada pada Asian Games 2018 Indonesia memberikan contoh nyata bagaimana suatu penyelenggaraan Asian games bisa digunakan sebagai instrument diplomasi public untuk membangun citra positif suatu negara atas isu-isu yang berkembang. Hal ini memberikan gambaran bahwa penyelenggaraan Asian Games efektif untuk digunakan sebagai instrument diplomasi public dalam membangun citra positif suatu negara.

Dari berbagai aktivitas diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui penyelenggaraan Asian Games 2018 ini sudah tepat dan sesuai dengan implementasi dari dimensi diplomasi publik itu sendiri. Ketiga dimensi diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam menyelenggarakan Asian Games 2018 ini mulai dari *news managementt*, *strategic communications* dan *relationship building* telah terlaksana dengan baik semua dan ketiga-tiganya dapat berjalan dengan baik. Dimulai dari *news management* yang dilakukan dengan memanfaatkan IBC untuk menghubungkan pemerintah Indonesia kepada dunia internasional sudah sesuai dengan implementasi dari *news management* itu sendiri yakni IBC dapat digunakan sebagai media untuk pemerintah Indonesia melakukan komunikasi harian yang tidak hanya untuk ditujukan pada masyarakat domestik saja. Namun juga dapat menghubungkan pemerintah Indonesia dengan masyarakat dunia internasional.

Yang kedua dilihat dari *strategic communications* yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk menyampaikan pesan utamanya yakni untuk mengalihkan citranegatif Indonesia juga mempromosikan citra positifnya, telah berjalan dengan efektif. Dimana pemerintah Indonesia telah memasukkan pesan utama tersebut pada

materi-materi kampanye Asian Games 2018. Selain itu, penyampain pesan utama yang dibawa oleh Indonesia juga dilakukan melalui kampanye domestik dan internasional untuk semakin menjamin bahwa upaya penyebaran pesan utama yang dibawa Indonesia ini dapat diterima oleh publik domestik maupun internasional.

Yang ketiga dilihat dari *relationship building* Indonesia melalui penyelenggaraan Asian Games 2018. Dimana melalui penyelenggraan Asian Games 2018 ini, pemerintah Indonesia dengan ECPAT Indonesia telah membangun *awareness* kepada seluruh masyarakat domestic maupun internasional dalam mencegah eksploitasi seksual anak selama penyelenggaraan kegiatan berskala internasional Asian Games 2018 berlangsung. Dimana hal ini juga nantinya akan mampu dihimbau kembali kepada negara-negara yang nantinya akan menjadi tuan rumah dari kegiatan berskala regional maupun internasional selanjutnya.

Hal ini merupakan bentuk upaya untuk membangun citra positif Indonesia sebagai sebuah negara dalam aktivitas diplomasi public yang dilakukan pemerintah Indonesia melalui penyelenggraan Asian Games 2018 tersebut, akan membawa manfaat positif dalam membangun citra positif Indonesia sebagai negara, antara lain sebagai berikut: Pertama, mampu memperbaiki citra negative mengenai isu-isu yang mempengaruhi citra dalam sektor-sektor industry pariwisata, pembangunan, dan ekonomi Indonesia. Kedua, meningkatkan citra positif Indonesia sebagai salah satu negara tujuan pariwisata yang aman. Dan terakhir mempengaruhi opini public yang berkembang dalam masyarakat tentang citra bangsa Indonesia secara keseluruhan. Di sini dapat dilihat bahwa Asian Games 2018 mendapat peran penting sebagai momentum penyelenggraan diplomasi public Indonesia dalam membangun citra positif Indonesia sebagai pengalihan dari sisi citra negative Indonesia di mata internasional. Meski untuk dapat hasil dalam meningkatkan citra atau *nation branding* Indonesia sebenarnya masih tidak mudah. Pasalnya dari beberapa industry yang awalnya diharapkan mendapat keuntungan dari penyelenggaraan ini ternyata tidak mendapat keuntungan yang signifikan, seperti dalam industry pariwisata yang tadinya pemerintah mengharapkan banyak keuntungan dan manfaat yang akan di dapat ternyata tidak seberapa dari yang dihasilkan. Penulis menyimpulkan bahwa upaya *nation branding* Indonesia melalui

Asian Games tergolong meningkat dan kemungkinan masih akan membawa manfaat baik bagi Indonesia kedepannya.

6.2 Saran

Dengan hasil penelitian di atas, penulis melihat ada saran yang bisa digunakan oleh pemerintah Indonesia dalam melaksanakan upaya peningkatan *National Branding* Indonesia:

1. Terus tingkatkan kemampuan kerja Indonesia dalam melaksanakan kegiatan internasional
2. Tingkatkan kerja sama dengan berbagai penyelenggara acara internasional di seluruh dunia agar upaya penyebaran *National Branding* Indonesia lebih masif.
3. Buat lebih banyak *platform* mengenai Indonesia di seluruh dunia yang membuat masyarakat internasional penasaran dengan bangsa Indonesia

