

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Penelitian ini melihat apakah penyelenggaraan acara olahraga *SEA Games* pada tahun 2019 dapat berkontribusi sebagai diplomasi publik dan *nation branding* negara Filipina. Dalam hal ini, diplomasi publik mencakup berbagai aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk berinteraksi dengan masyarakat internasional, sementara *nation branding* ialah bagian dari upaya diplomasi publik yang berfokus pada pembentukan citra dan identitas suatu negara.

Filipina sebagai tuan rumah penyelenggara, sebelumnya berupaya menghapus stereotif masyarakat internasional mengenai isu terorisme yang sebelumnya pernah terjadi sehingga membuat citra Filipina memburuk. Penyelenggaraan yang berlangsung aman dengan segala persiapan strategi dilakukan untuk menarik perhatian publik serta menepis isu negatif di Filipina.

Filipina menggunakan momentum sebagai tuan rumah penyelenggaraan *SEA Games* ke-30 tahun 2019 sebagai alat diplomasi publik yang berbasis pada olahraga. Ini dilihat sebagai kesempatan untuk menyatukan masyarakat melalui olahraga, yang disukai oleh berbagai kalangan dari segala usia. Penyelenggaraan acara tersebut tidak hanya menjadi platform bagi organisasi olahraga regional di Asia Tenggara, tetapi juga dimanfaatkan Filipina untuk mendorong pertumbuhan sektor

pariwisata dan komersial, serta meningkatkan citra negara dan mendapatkan lebih banyak dukungan internasional. Dampak positif dari *SEA Games* ke-30 terasa di hampir semua sektor ekonomi, terutama industri pariwisata, yang membuat diplomasi publik menjadi sangat penting. Filipina akan menjadi sorotan utama di Asia Tenggara berkat *SEA Games*, membuka peluang bagi negara tersebut untuk mempromosikan industri pariwisata dan budayanya melalui diplomasi publik.

Penyelenggaraan *SEA Games* ke-30 pada tahun 2019 di Filipina memberikan kontribusi atau dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan pariwisata dan ekonomi negara tersebut. Pemerintah Filipina dengan cepat merespons potensi acara tersebut dengan mengeluarkan promosi paket wisata untuk menarik lebih banyak wisatawan. Hasilnya, terjadi peningkatan kunjungan wisatawan ke Filipina selama tahun tersebut. Selain itu, *SEA Games* juga berkontribusi pada penurunan tingkat pengangguran di Filipina pada tahun yang sama, dengan sektor UMKM, pariwisata, makanan, hiburan, dan transportasi menjadi pelopor dalam penciptaan lapangan kerja baru. Penyelenggaraan acara tersebut juga mendorong peningkatan nilai investasi asing yang masuk ke Filipina, serta pertumbuhan ekspor produk dalam negeri, menunjukkan dampak positifnya terhadap ekonomi Filipina pada tahun 2019.