

BAB VI

PENUTUP

Pada bagian penutup ini, penulis akan mulai menutup seluruh rangkaian penelitian yang penulis lakukan dengan memberikan sebuah beberapa kesimpulan mengenai berbagai hasil dan pembahasan yang sudah penulis temukan dan penulis analisis dengan sebaik-baiknya. Selain kesimpulan secara menyeluruh, penulis juga akan menuliskan beberapa saran yang terbagi dua yaitu bersifat akademis maupun praktis. Sehingga, harapan penulis pada skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi kedepannya. Oleh karena itu dalam bab ini, penulis tutup dengan kesimpulan dan saran.

6.1. Kesimpulan

Setelah melalui beberapa hasil dan pembahasan yang sudah dipaparkan, maka penulis dapat menghasilkan beberapa kesimpulan yang penting untuk dicatat dari penelitian ini. Adanya beberapa poin kesimpulan yang dipaparkan, nantinya diharapkan dapat membuat hasil penelitian yang sudah didiskusikan diambil intisari penting agar memudahkan melihat hasil penelitian. Oleh karena itu, refleksi teoritis juga akan penulis sampaikan dalam bab ini. Berikut adalah poin-poin kesimpulan yang penulis jabarkan.

Berdasarkan teori diplomasi publik dan gastrodiplomasi, gastrodiplomasi Korea Selatan merupakan instrumen diplomasi publik yang dilakukan Korea Selatan di Indonesia untuk mempromosikan kulinernya sebagai upaya untuk meningkatkan merek bangsa dan juga ekonominya dengan memanfaatkan kuliner sebagai media diplomasinya dengan menargetkan publik Indonesia. Dalam

melakukan gastrodiplomasi, Korea Selatan menggunakan cara *second track diplomacy* melalui *state to public* dan *people to people connection*.

Dalam upaya gastrodiplomasi, Korea Selatan menggunakan diplomasi publik untuk menargetkan publik Indonesia melalui *informing*, *understanding*, dan *influencing foreign audiences* untuk memperkenalkan seluruh elemen kulinernya melalui festival kuliner, media, budaya populer, dan juga pendidikan untuk menjangkau semua kalangan masyarakat Indonesia agar mencicipi cita rasa yang khas dimiliki Korea Selatan.

Keberhasilan gastrodiplomasi Korea Selatan di Indonesia mulai terlihat dari adanya produk makanan Korea di mini market Indonesia serta penjualan produk makanan khas Korea di Indonesia. Kehadiran produk-produk makanan khas Korea di Indonesia telah memberikan keuntungan tersendiri bagi Korea Selatan, khususnya di bidang ekonomi. Hal ini sesuai dengan teori gastrodiplomasi bahwa gastrodiplomasi selain mengeksport warisan kuliner, tetapi menguntungkan suatu negara yakni dari kegiatan perdagangan. Produk kuliner Korea yang berhasil masuk ke pasar Indonesia tentu saja melalui kegiatan perdagangan ekspor ke Indonesia, khususnya ekspor di sektor pangan dan pertanian.

Adanya jumlah dan nilai ekspor sektor pangan dan pertanian Korea Selatan ke Indonesia, memberikan kontribusi bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi Korea Selatan, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah GDP Korea Selatan dari tahun 2018-2021 yang mengalami peningkatan.

Dengan melaksanakan gastrodiplomasi, suatu negara menghasilkan pendapatan secara otomatis yang berdampak pada banyak sektor dan industri di negara ini, khususnya pembangunan di bidang pangan dan pertanian, yang

bermanfaat bagi peningkatan PDB negara yang berasal dari perdagangan ekonomi yang terus beroperasi secara besar-besaran. Dengan adanya kegiatan ekspor yang dilakukan kedua negara, artinya suatu negara menjalin hubungan bisnis dan diplomatik yang baik.

