

## **BAB V**

### **Penutup**

#### **5.1 Kesimpulan**

Diplomasi budaya dan kepentingan nasional Indonesia terhadap Thailand dalam berbagai program merupakan *soft power* untuk mempererat hubungan antara Indonesia dengan Thailand. Selain untuk mempererat hubungan melalui diplomasi budaya, tujuan lainnya yaitu untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat Thailand yang ingin belajar budaya Indonesia, maka dari itu dibuatkan nya event *people-to-people* di provinsi Narathiwat Thailand untuk mengenalkan budaya Indonesia kepada Thailand. Tidak hanya budaya, melainkan juga mengenalkan beragam makanan khas Indonesia mulai dari makanan ringan hingga makanan berat dan juga memperkenalkan Bahasa dan mengajarkarkan Bahasa Indonesia kepada Thailand.

Diplomasi publik merupakan bagian dari diplomasi budaya dan juga secara umum merupakan upaya untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara melalui *Informing understanding, and influencing foreign audiences*. Dengan tujuan agar masyarakat Internasional mempunyai persepsi yang baik tentang suatu negara, sebagai landasan sosial bagi hubungan dan pencapaian kepentingan yang lebih luas. Ada pula beberapa faktor penting untuk memahami diplomasi budaya salah satunya dari faktor kesenian, sejarah, serta sarana dan wahana beberapa hal tersebut agar pelaksanaan diplomasi budaya memperoleh hasil yang memuaskan.

Dalam penelitian ini juga memakai dua unsur dari kepentingan nasional menurut K.J Holsty yaitu unsure otonomi yang mana kemampuan untuk memformulasikan kebijakan domestic dan luar negeri berdasarkan pada prioritas pemerintah sendiri dengan segala resikonya dan unsur prestis yaitu keunggulan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang memiliki perkembangan penting seperti yang dilakukan oleh negara semi peri-peri untuk menjadi negara pusat dan juga negara berkembang untuk menjadi negara maju.

Event Kemeriahan Festival Indonesia di Chanthaburi mengenalkan budaya di Indonesia melalui event tersebut, dengan memperkenalkan tarian khas indonesia, patung patung yang mencerminkan Indonesia. Festival Indonesia kali ini berhasil menarik perhatian lebih dari 120 peserta yang hadir dan berpartisipasi. Rangkaian festival dibuka dengan pertunjukan tari Topeng Kelana, tari Bali dan tari kreasi Thailand serta *talkshow* mengenai hubungan bilateral Indonesia dan Thailand. Selanjutnya peserta mengikuti workshop angklung dan tari Bali.

Selain itu, KBRI Bangkok juga menampilkan Indonesian *booth* yang mempromosikan produk makanan Indonesia dan karya seni budaya serta pakaian tradisional. Peserta yang hadir menunjukkan antusiasme yang sangat besar. Salah satu peserta, Kittiphath Namnin, mahasiswa tahun ke-4 jurusan Tarian Thailand menyatakan “Festival Indonesia ini adalah miniatur paket yang lengkap untuk mempelajari Indonesia. Jika selama ini di kelas kami hanya belajar dari buku dan internet, sekarang kami bisa mencoba pakaian, makanan dan belajar langsung tarian Indonesia. Saya ingin sekali mendapat beasiswa dan belajar tarian Bali seperti yang ditampilkan saat pertunjukan”.

Selain diplomasi budaya Indonesia sebagai *soft power*, diplomasi kebudayaan Indonesia juga sangat penting bagi kepentingan nasional Indonesia. Hal ini karena sejalan dengan konsepsi dari *soft power* dimana diplomasi diletakan sebagai alat guna melayani kepentingan nasional sebuah negara. Terlepas dari apapun kepentingan politis dan ekonomi sebuah negara, diplomasi budaya lebih merujuk pada aktifitas dua arah untuk menumbuhkan saling pengertian dan dengan demikian, komunikasi dua arah menjadi syarat mutlak dari penyelenggaraan diplomasi ini.

Indonesia merupakan negara yang mempunyai beragam suku dan budaya yang tidak banyak di miliki oleh negara lain, hakekat Indonesia sebagai negara bangsa merupakan suatu kelebihan yang dapat dimanfaatkan oleh Indonesia untuk melakukan kerjasama oleh negara yang satu dengan negara yang lain. Guna Indonesia memanfaatkan kebudayaanya sebagai promosi kepada negara lain agar dikenal oleh negara tetangga maupun seluruh dunia. Budaya juga bisa dijadikan alternative apabila suatu negara mengalami konflik dengan negara lain, dalam arti bisa di selesaikan tanpa adanya perang. Festival Indonesia kali ini berhasil menarik perhatian lebih dari 120 peserta yang hadir dan berpartisipasi. Rangkaian festival dibuka dengan pertunjukan tari Topeng Kelana, tari Bali dan tari kreasi Thailand serta talkshow mengenai hubungan bilateral Indonesia dan Thailand. Selanjutnya peserta mengikuti workshop angklung dan tari Bali. Selain itu, KBRI Bangkok juga menampilkan Indonesian booth yang mempromosikan produk makanan Indonesia dan karya seni budaya serta pakaian tradisional. Peserta yang hadir menunjukkan antusiasme yang sangat besar. Salah satu peserta, Kittiphath Namnin, mahasiswa tahun ke-4 jurusan Tarian Thailand menyatakan “Festival Indonesia ini adalah miniatur paket yang lengkap untuk mempelajari Indonesia. Jika selama ini di kelas kami hanya belajar dari buku dan internet, sekarang kami bisa mencoba pakaian, makanan dan belajar langsung tarian Indonesia. Saya ingin sekali mendapat beasiswa dan belajar tarian Bali seperti yang ditampilkan saat pertunjukan”.

Dampak dari adanya program IACS atau dengan nama lain yaitu Beasiswa Seni dan Budaya Indonesia, terlihat dari alumni-alumni program tersebut. Program ini dibentuk karena kejadian bom Bali pada tahun 2002 yang membuat Indonesia di kancah Internasional sangat menakutkan dari segi keamanan, maka dari itu pada tahun 2003 dibentuknya IACS sebagai maksud agar Indonesia tidak dilihat se menakutkan setelah bom Bali 2002. Maka dari itu program ini terdapat di 6 daerah terutama di Bali, agar masyarakat Internasional melupakan kejadian terorisme yang terjadi, dengan melihat budaya, keseharian masyarakat Bali, dan keindahan yang terletak pada Bali. Tetapi fokus dari program ini tidak hanya dengan Bali melainkan juga daerah yang lainnya.

Pandemi Covid-19 tidak menyurutkan upaya pengusaha Indonesia, utamanya UKM berpromosi di Thailand. Produk makanan dan minuman Indonesia mampu menarik perhatian pada pameran Thaifex yang resmi ditutup Sabtu (26/9/2020) lalu. Pameran produk makanan dan minuman berskala internasional yang diprakarsai oleh Kementerian Perdagangan Thailand berlangsung selama 5 hari sejak minggu (22/9/2020) lalu ditujukan untuk mendorong percepatan pemulihan ekonomi khususnya industri makanan dan minuman. Thaifex Hybrid Edition yang menyedot lebih dari 54 ribu orang pengunjung, berhasil menumbuhkan optimisme akan permintaan produk-produk makanan dan minuman di pasar domestik juga internasional. Thaifex 2020 bertema hybrid yang memungkinkan 24 perusahaan Indonesia ikut serta menjaring pangsa pasar makanan dan minuman di Thailand. Pameran hybrid mengkombinasikan pameran yang reguler diadakan dengan pameran virtual yang baru pertama kali ditahun 2020 ini. Pameran reguler diisi oleh lebih dari seribu stan peserta Thailand dan manca negara. Sedangkan platform virtual diakses melalui laman khusus yang menyediakan fasilitas pameran virtual dan pertemuan bisnis virtual. Kuasa Usaha Ad Interim KBRI Bangkok, Dicky Komar. Selama pameran, pengunjung tertarik dengan produk Indonesia berupa kopi bubuk dan instan, mi instan, krim bubuk campuran minuman, makanan ringan, ikan dan hasil laut lainnya serta produk halal. Pameran Thaifex 2020 diharapkan menciptakan transaksi bisnis guna meningkatkan ekspor produk makanan dan minuman Indonesia ke Thailand.

Pameran Borobudur Today yang dilaksanakan di Indonesia tepatnya di galeri Limanjawi Art House Borobudur pada tanggal 23 Juli-20 Agustus 2019. Pameran ini diikuti oleh 35 seniman dari 17 negara. Pameran ini diselenggarakan dengan tujuan perdamaian dunia tetapi melalui seni seperti lukisan. Tujuan utama dari pameran ini adalah mempromosikan pariwisata Borobudur yang merupakan salah satu ikon terkenal di dunia. Hasil karya seni

tersebut diharapkan akan menggugah rasa peduli masyarakat untuk turut serta mengajak masyarakat luas guna melestarikan Candi Borobudur beserta kawasannya.