

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuat maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap *Nation branding* Filipina melalui Olahraga Bola Basket, Filipina telah berhasil memainkan peran yang signifikan dalam tahapan-tahapan *nation branding*. Filipina juga berhasil memengaruhi pandangan masyarakat Indonesia terhadap *nation branding*. Prestasi atlet, media massa, dan budaya populer adalah faktor-faktor utama yang memengaruhi persepsi ini, sehingga Filipina berhasil mempromosikan citra positifnya untuk memperkuat hubungan dengan Indonesia. Dalam konteks *nation branding* yang dijelaskan oleh Keith Dinnie, bahwa *nation branding* Filipina melalui olahraga bola basket adalah contoh nyata bagaimana sebuah negara dapat menjalankan atau mempromosikan *nation branding*nya.

Selain itu, *nation branding* Filipina melalui olahraga bola basket terhadap persepsi masyarakat Indonesia dapat dilihat dari memanfaatkan media sosial dan promosi viral dari antar negara khususnya dalam bidang olahraga bola basket. Hal ini dilakukan agar mempengaruhi pemikiran masyarakat Indonesia, menunjukkan betapa pentingnya *prominent personalities* yang dilakukan oleh Filipina dalam memperkenalkan bola basket di Indonesia. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa *nation branding* Filipina melalui olahraga bola basket telah berhasil memperkenalkan nilai-nilai *sportmanship*, nilai budaya dan memperkuat hubungan antar negara.

Persepsi masyarakat Indonesia terhadap *nation branding* Filipina melalui olahraga bola basket sangat positif, yang awalnya banyak kasus yang terjadi antara kedua negara ini, Filipina berhasil menunjukkan *brand image* positif yang sesuai dengan konsep Keith Dinnie, sehingga memperkuat citra positif di kalangan masyarakat Indonesia mengenai olahraga bola basket di Filipina. Dengan demikian, *nation branding* Filipina melalui olahraga bola basket terhadap persepsi masyarakat Indonesia merupakan contoh sukses dalam membuktikan bahwa *nation branding* dapat dijadikan sebagai alat untuk mencapai tujuan diplomasi Filipina dan Indonesia.

5.2. Saran

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan maupun penelitian yang dilakukan. Namun peneliti berharap, penelitian ini dapat menjadi gambaran terkait persepsi masyarakat Indonesia dalam upaya *nation branding* Filipina melalui olahraga bola basket dengan berbagai tindakan yang dilakukan seperti survei terhadap masyarakat Indonesia yang berada di Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. Masyarakat Sumatera Barat khususnya Kota Padang dan Kabupaten Agam telah merasakan pengaruh *nation branding* Filipina melalui olahraga bola basket.

Untuk pemerintah Filipina dan Indonesia, di harapkan dapat lebih meningkatkan hubungan kerjasama dalam bidang olahraga khususnya olahraga bola basket. Diharapkan juga pemerintah Filipina membuatkan sosialisasi dan pemangku kepentingan lainnya dapat menggunakan olahraga bola basket sebagai salah satu alat untuk mempromosikan citra positif Filipina di Indonesia. Dengan berinvestasi dalam pengembangan olahraga ini dan mendukung prestasi atlet

Filipina.

Untuk peneliti yang akan datang, diharapkan untuk melakukan kajian dengan pendekatan analitis yang lebih mendalam, menggunakan metode dan teori yang berbeda untuk menghasilkan temuan yang inovatif. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat menghasilkan karya ilmiah yang lebih maju, lebih praktis, dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembuat kebijakan.

