

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa gastrodiplomasi dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk memperkenalkan dan mewakili identitas nasional dalam meningkatkan *nation branding* Indonesia di kancah global melalui promosi kuliner. Program *Co-Branding Diaspora Restaurant* di Amerika Serikat telah berfungsi sebagai instrumen strategis *nation branding* Indonesia melalui penguatan enam dimensi “Anholt Hexagon” yang meliputi *exports, governance, tourism, investment and immigration, culture and heritage, dan people*. Restoran diaspora tidak hanya menjadi medium gastrodiplomasi yang efektif dalam memperkenalkan kuliner sebagai simbol identitas budaya hidup, tetapi juga berperan sebagai jembatan menuju promosi pariwisata, penguatan ekspor produk kreatif, serta penciptaan citra masyarakat Indonesia yang ramah, inklusif, dan berdaya saing. Di sisi lain, keterlibatan pemerintah sebagai fasilitator dan kolaborator memperlihatkan tata kelola yang progresif dan partisipatif, yang memperkuat legitimasi diplomasi publik berbasis akar rumput. Dengan demikian, keberhasilan program ini menunjukkan bahwa upaya *nation branding* yang mengintegrasikan dimensi budaya, ekonomi, dan diplomasi dapat menghasilkan citra Indonesia yang otentik, adaptif, dan berkelanjutan di kancah global.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan kesimpulan di atas, untuk menindak lanjuti hasil penelitian ini terkait “Upaya *Nation Branding* Indonesia di

Amerika Serikat Melalui Program *Co-Branding Diaspora Restaurant*” maka saran dari penulis adalah, pemerintah perlu menyusun strategi yang membangun dengan menciptakan national branding Indonesia dan untuk mencapai keberhasilan gastrodiplomasi Indonesia, pemerintah harus memperbaiki jaminan pada ketersediaan bumbu-bumbu khas Indonesia secara konsisten agar mempermudah restoran Indonesia di luar negeri. Selain itu Indonesia harus meningkatkan kualitas produk maupun sumber daya manusia agar volume ekspor dapat meningkat secara signifikan. Peran diaspora juga sangat dibutuhkan dalam pembangunan Indonesia di masa depan, yang dimana diaspora dapat memberikan kontribusi dan menjadi agen untuk mempromosikan produk lokal yang diharapkan dapat meningkatkan indeks perdagangan, baik mikro maupun makro.

