

## **BAB V. KESIMPULAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada pembahasan bab sebelumnya penulis menarik kesimpulan bahwa penerapan diplomasi publik melalui gastrodiplomasi dapat membantu Jepang dalam mempromosikan pariwisatanya. Kuliner sendiri jelas memiliki potensi yang besar dalam memperkuat *soft power* sebuah negara. Kuliner juga merupakan perwujudan dari kebudayaan suatu komunitas atau bangsa yang dapat berperan seperti bendera dan lagu kebangsaan sebagai simbol dan etalase bangsa.

Dalam kurun waktu kurang lebih 2 tahun pemerintah Jepang dirasa mampu memaksimalkan diplomasi publiknya melalui gastrodiplomasi dalam hal memperkuat identitas Jepang di dunia internasional. Kuliner dirasa menjadi elemen kuat bagi Jepang untuk di jadikan *Soft Power* dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Selain itu program-program pemerintah melalui JRO, *Cool Japan*, kemudian *Japan Halal Project* merupakan program gastrodiplomasi yang dirasa ampuh dalam keberhasilan diplomasi publik Jepang dalam peningkatan jumlah wisatawan asing ke Jepang.

Selain itu penggunaan media sosial untuk mempromosikan *Japanese food*, serta meningkatkan perluasan industri makanan Jepang dengan membangun restoran di luar negeri. Strategi gastrodiplomasi yang digunakan pemerintah Jepang juga telah berhasil meningkatkan jumlah wisatawan asing yang berasal dari Malaysia dan Indonesia yang mayoritas warga negaranya adalah umat islam.

### **5.2 Rekomendasi dan kekurangan**

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan, dimana penulis masih bisa menjelaskan program-program gastrodiplomasi Jepang yang dapat meningkatkan promosi pariwisata lebih luas. Oleh karena itu jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke negara Jepang masih

terbatas pada negara yang mayoritas warga negaranya umat islam.

Dari kekurangan penelitian ini, maka penulis merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk mencari program gasrodipomasi yang lebih mencangkup khalayak luas sehingga dapat melihat dikaji lebih luas dan rinci.