

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang gastrodiplomasi Thailand dengan UAE melalui *kitchen of the world* untuk pengembangan industri halal dapat disimpulkan bahwa efektivitas gastrodiplomasi Thailand dapat diukur dan dilihat dari *levels of soft power*. Dimana dalam tahapan tersebut dapat memberikan pemahaman terkait efektivitas serta upaya *branding* negara Thailand dalam melakukan gastrodiplomasi. Dengan kekuatan negaranya dalam bidang ekspor produk makanan, khususnya produk produk yang bersertifikasi halal Thailand dinilai mampu dalam melakukan penyebaran kebudayaannya keseluruh penjuru dunia. Dengan dorongan pemerintah, aktor-aktor dalam negara, Thailand membuktikan mampu untuk mendorong pintu perdagangan global khususnya dalam industri halal yang menjadi program utama Thailand dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun Thailand bukan negara muslim, namun dalam kerjasamanya dengan UAE, Thailand mampu memasuki negara Kawasan Timur Tengah untuk menjual dan memperkenalkan kebudayaannya kepada negara yang bermayoritas muslim.

Dalam upaya gastrodiplomasi yang dilakukan, Thailand dinilai sudah efektif dan berhasil namun belum efektif penuh dalam penerapan gastrodiplomasi nya. Berpedoman pada *levels of soft power*, Thailand mampu mencapai dua tahapan pertama yakni *cultural propaganda* dan *democratic change*, sebagaimana yang dinyatakan oleh Reynolds (2012) bahwa *soft power* sebuah negara dapat dikatakan efektif, apabila negara tuan rumah juga mengadopsi nilai dan norma yang terkait dengannya bukan hanya mengadopsi produknya. Dimana pada tahapan pertama Thailand mampu memberikan warna baru kepada masyarakat UAE, hal ini terbukti dari jumlah ekspor produk makanan halal dan juga jumlah restoran yang kian meningkat dari tahun ke tahun. Sehingga Thailand dinilai mampu untuk

memunculkan kebudayaan makanan baru (*branding*) yang sebelumnya tidak ada di UAE, dan mampu menarik minat masyarakat UAE untuk mengonsumsinya secara terus menerus. Pada tahapan kedua, dikarenakan Thailand mampu mempertahankan keasliannya serta *branding* dari negaranya Thailand dapat naik kepada tahap *democratic change*. Pada tahapan kedua ini Thailand memiliki daya tarik terkait budaya makanan asing kepada masyarakat UAE sehingga dengan jumlah peminat yang cukup banyak, mampu mendorong pemerintah untuk dapat menjalin kerjasama secara lebih mendalam dengan Thailand untuk dapat terus mempromosikan dan mempertahankan apa yang sudah Thailand 'bangun' di UAE. Hal ini terlihat dari keputusan politik pemerintah UAE untuk menandatangani pembebasan visa kepada warga negara Thailand pada Desember 2020. Sehingga Thailand dinilai berhasil dalam memberikan sebuah simbolis serta nilai-nilai negaranya melalui makanan, untuk mempengaruhi sistem politik dari negara UAE. Namun pada tahapan terakhir yakni *systemic change*, Thailand dinilai belum mampu merubah simbolisme makanan dari negara UAE. Hal ini dikarenakan Thailand membutuhkan waktu yang lebih banyak untuk dapat menanamkan kebudayaannya serta untuk melakukan kerjasama yang lebih mendalam dalam sektor ekonomi dengan UAE, serta kuatnya kebudayaan masyarakat Timur Tengah untuk dapat bergeser nilai kebudayaannya dengan kebudayaan asing.

Semua pencapaian Thailand saat ini dimungkinkan tanpa adanya kekuatan militer (*hard power*) sebaliknya, *soft food-power* bergantung pada daya tarik simbolisme alternatif, serta bersama dengan itu keadaan yang tepat dan tingkat kejenuhan yang tepat dari propaganda budaya untuk mencapai demokrasi atau perubahan *soft power* tingkat sistemik.

Kajian tentang gastrodipomasi dalam hubungan internasional bukanlah hal yang baru, namun penulis mencoba menemukan celah kajian untuk mewarnai kajian tentang gastrodipomasi Thailand. Namun tentunya dari pembahasan mengenai efektifitas gastrodipomasi Thailand masih memiliki celah kajian yang dapat ditelaah kembali oleh para peneliti selanjutnya. Misalnya, pembahasan mengenai hubungan pelaku bisnis dengan pemerintah, serta *government to government* (G2G), serta kepentingan yang melatarbelakangi seperti politik.