

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Jogja International Heritage Walk (JIHW) merupakan salah satu praktik diplomasi publik berbasis budaya yang efektif dalam membentuk dan mempromosikan citra positif Yogyakarta di mata masyarakat internasional. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai festival jalan kaki semata, tetapi juga menjadi media komunikasi budaya yang otentik dan partisipatif, serta memfasilitasi hubungan lintas budaya melalui interaksi langsung antara peserta asing dan masyarakat lokal.

Melalui pendekatan teori New Public Diplomacy (NPD) oleh Nicholas J. Cull, penyelenggaraan JIHW tidak hanya menyampaikan narasi budaya Indonesia secara satu arah, tetapi juga membuka ruang dialog dua arah yang mencerminkan prinsip *people-to-people diplomacy*. Peserta internasional tidak sekadar menjadi penonton, melainkan turut serta dalam proses pertukaran nilai dan budaya yang membentuk relasi jangka panjang dengan masyarakat Yogyakarta. Selain itu, jika ditinjau dari perspektif *City Branding* oleh Keith Dinnie, identitas Yogyakarta sebagai kota yang sehat, spiritual, ramah lingkungan, dan berakar pada nilai-nilai budaya Jawa dikomunikasikan secara efektif melalui jalur budaya dan pengalaman berjalan kaki yang menyusuri situs-situs budaya seperti Candi Prambanan, Desa Wisata Turi, Pentingsari, hingga kawasan Sungai Oya. *Branding "Walking Yogyakarta"* menjadi simbol strategis yang menyatukan nilai kesehatan, pelestarian alam, dan kekayaan budaya lokal.

Testimoni dari peserta internasional menunjukkan bahwa JIHW mampu mengubah persepsi awal mereka terhadap Yogyakarta menjadi lebih mendalam dan emosional. Tidak hanya sebagai destinasi wisata, tetapi sebagai kota yang hidup dengan nilai-nilai budaya yang kuat, masyarakat yang hangat, dan pengalaman yang menyentuh.

Hal tersebut membuktikan bahwa Jogja Walking Association (JWA) sebagai aktor non-negara berhasil memainkan peran strategis dalam menjalankan fungsi diplomasi publik. Melalui kerja sama dengan organisasi internasional seperti International Marching League (IML) dan International Federation of Popular Sports (IVV), serta pelibatan UMKM, sekolah, komunitas lokal, dan media, JWA berhasil menunjukkan bahwa diplomasi publik tidak selalu harus dilakukan oleh negara, tetapi dapat diinisiasi oleh komunitas secara independen dan kolaboratif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Jogja International Heritage Walk (JIHW) merupakan model diplomasi publik gaya baru yang efektif, berkelanjutan, dan relevan dalam konteks diplomasi budaya Indonesia ke dunia internasional. Melalui sinergi antara teori *New Public Diplomacy* dan *City Branding*, JIHW berhasil membentuk relasi antar masyarakat dan memperkuat reputasi Yogyakarta sebagai kota budaya dunia yang terbuka, sehat, dan damai.

5.2 Saran

Untuk meningkatkan efektivitas Jogja International Heritage Walk (JIHW) sebagai instrumen diplomasi publik, disarankan agar kolaborasi antara pemerintah daerah, lembaga budaya, sektor swasta, dan komunitas lokal diperkuat secara lebih terstruktur. Pemerintah daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dapat berperan sebagai fasilitator yang menjembatani kepentingan berbagai aktor, dengan mendukung promosi lintas negara, penyediaan anggaran, serta pelatihan budaya bagi masyarakat lokal. Serta memperkuat dukungan dari Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Pariwisata untuk memperluas jaringan internasional JIHW.

Selain itu, untuk pengembangan akademik, peneliti selanjutnya disarankan melakukan studi perbandingan diplomasi publik antara Yogyakarta dan kota-kota lain di Asia Tenggara. Dengan fokus utama dapat diarahkan pada strategi penggunaan *soft power* melalui festival budaya dalam membentuk citra kota di mata publik internasional. Kajian ini penting

untuk melihat efektivitas dan keunikan pendekatan diplomasi publik berbasis budaya di tingkat regional, serta dapat memperkaya pembahasan hubungan internasional khususnya dalam ranah diplomasi non-negara dan *city branding* di kawasan Asia Tenggara.

