

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Batik merupakan warisan budaya turun temurun masyarakat Indonesia yang telah diresmikan menjadi Warisan Budaya TakBenda oleh UNESCO pada tahun 2009 dan sejak itu telah menjadi inspirasi bagi dihasilkannya produk budaya. Produk budaya Batik yang berisikan nilai-nilai dan cerminan identitas bangsa Indonesia merupakan salah satu instrumen diplomasi budaya Indonesia terhadap masyarakat internasional. Selain meningkatkan *soft power*, diplomasi Batik Indonesia dengan memperkenalkan dan mempertunjukkan kekayaannya pada masyarakat internasional lalu dapat berkontribusi pada sumber pendapatan sekunder negara sekaligus pengembangan industri batik yang mayoritasnya adalah pengusaha UMKM.

Indonesia melakukan diplomasi budaya melalui Batik di Korea Selatan berawal dari tahun 2010 dengan menggunakan empat alat diplomasi budaya yakni pameran budaya Batik Indonesia, program pendidikan seperti kelas dan *workshop* mengenai Batik, penyiaran mengenai Batik Indonesia di saluran TV internasional Korea Selatan Arirang TV, dan pemberian hadiah berupa busana batik kepada pemerintah dalam hal ini yaitu Duta Besar Korea Selatan dan selebriti Korea Selatan yakni bintang K-pop Leeteuk dan Yesung Super Junior. Meningkatnya *awareness* akan Batik Indonesia yang disebabkan oleh proses diplomasi budaya tersebut lalu dapat meningkatkan nilai penjualan produk batik. Korea Selatan yang merupakan salah satu mitra strategis Indonesia dalam berbagai bidang dinilai menjadi target pasar yang potensial bagi perluasan pasar batik. Masifnya

perkembangan industri kreatif Korea Selatan di dunia sendiri tidak lepas dari strategi diplomasi budaya dan pengembangan sektor industri kreatif yang dilakukan Pemerintah Korea Selatan, suatu hal yang menjadi peluang bagi Indonesia untuk membangun kerja sama dalam sektor ini dan melakukan diplomasi budaya dengan Korea Selatan.

Stabilitas hubungan bilateral kedua negara mendukung dilakukannya diplomasi Batik Indonesia yang berarti, keterbukaan dan minat yang cukup tinggi dari masyarakat Korea Selatan terhadap Batik berkontribusi terhadap peningkatan penjualan produk batik Indonesia dan penetrasinya ke pasar digital Korea Selatan. Hal ini terbukti dari keberhasilan diplomasi Batik Indonesia yang mendapat penghargaan MURI dengan capaian penjualan 1 Milyar Rupiah pada tahun 2020. Pada tahun 2021, produk batik Indonesia juga berhasil menembus pasar digital Korea Selatan *Idus.com*. Kontinuitas diplomasi budaya Indonesia melalui Batik di Korea Selatan terlihat dengan arah agenda yang ingin menjadikan *fashion* Batik di Korea Selatan menjadi lebih populer melalui penyesuaian desain batik agar menjadi lebih *wearable* di Korea Selatan.

4.2 Saran

Berdasarkan pemaparan dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah maupun bagi peneliti selanjutnya, yakni sebagai berikut:

4.2.1 Bagi Pihak Pemerintah

Seperti yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, bahwa Batik Indonesia yang telah resmi sebagai Warisan Budaya TakBenda Indonesia oleh UNESCO sudah menjadi fokus diplomasi budaya Indonesia kepada masyarakat internasional

sebagai instrumen untuk meningkatkan *soft power*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti berharap agar Pemerintah Indonesia terus melakukan diplomasi budaya melalui Batik di negara-negara lain untuk mempertegas identitas bangsa Indonesia di mata dunia. Industri batik dalam negeri yang didominasi oleh pengusaha UMKM baiknya diberikan pendampingan dan bimbingan yang maksimal terkait hal ekspor dan penetrasi ke pasar digital global. Selain itu, batik merupakan bagian dari sektor industri kreatif yang memiliki potensi dalam meningkatkan devisa negara. Dengan ini, Pemerintah Indonesia diharapkan untuk memiliki strategi yang lebih baik dalam mengembangkan sektor industri kreatif terutama batik, dengan bercermin dari pengalaman dan strategi Pemerintah Korea Selatan serta meningkatkan kerja sama khususnya dalam sektor ini dengan Korea Selatan.

4.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini melakukan pembaharuan dari penelitian sebelumnya mengenai upaya penyebaran kebudayaan oleh Indonesia di Korea Selatan pasca-*Joint Commission Meeting* pada tahun 2015 yang diterbitkan pada tahun 2019. Nessa Aldiana memaparkan dalam penelitian tersebut bahwa Indonesia lebih aktif dalam menyebarkan kebudayaan di Korea Selatan pada tahun 2016 melalui pentas kesenian, dan acara kebudayaan yang diadakan Pemerintah Korea Selatan. Dinyatakan bahwa upaya tersebut berhasil meningkatkan citra positif Indonesia di Korea Selatan yang ditunjukkan melalui prestasi tim perwakilan Indonesia yang meraih peringkat ketiga dalam ajang *Itaewon Global Village Festival 2018* dan data survei KBRI Seoul terhadap masyarakat Korea Selatan pada tahun 2018 yang menunjukkan citra Indonesia di Korea Selatan termasuk dalam kategori baik. Sementara penelitian ini membahas lebih fokus pada upaya diplomasi budaya

Indonesia melalui Batik di Korea Selatan yang hasilnya dapat meningkatkan penjualan produk batik dan penetrasinya dalam pasar digital di Korea Selatan. Adapun beberapa saran peneliti yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji diplomasi budaya Indonesia melalui Batik khususnya di Korea Selatan, ialah: memberi perhatian lebih lanjut pada keberlanjutan diplomasi budaya Indonesia khususnya melalui Batik di Korea Selatan yang diikuti dengan perkembangan desain batik yang lebih menyesuaikan keadaan tinggal dan selera masyarakat Korea Selatan. Lalu, memperhatikan lebih lanjut kerja sama antara kedua negara yang dapat mendukung perkembangan dan eksistensi produk batik Indonesia di Korea Selatan. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk mengkaji lebih banyak mengenai diplomasi budaya dan kaitannya dengan produk budaya Indonesia agar penelitian selanjutnya lebih lengkap dan lebih baik dari sebelumnya.