

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

Berangkat dari pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan pada Bab I, yakni, “bagaimana upaya Indonesia memanfaatkan film *Aruna dan Lidahnya* untuk membangun citra kuliner negara”, maka penulis menyimpulkan bahwa Kemenparekraf memanfaatkan film *Aruna dan Lidahnya* sebagai aset *nation branding* dengan memunculkan upaya-upaya *nation branding* dalam film tersebut, antara lain adalah *brand identity*, *brand image*, dan *brand positioning*. Namun, pemerintah sebaiknya dapat mengoptimalkan upaya *nation branding* melalui film agar citra kuliner negara dapat diperkuat, karena upaya-upaya *nation branding* tersebut muncul hanya berdasarkan interpretasi perusahaan produksi film (Palari Films), tanpa ada kesadaran pemerintah untuk menjadi inisiator utama dalam membangun citra kuliner melalui film.

Melalui upaya-upaya tersebut juga, Kemenparekraf dan perusahaan produksi film berusaha untuk mempromosikan berbagai identitas nasional Indonesia yang terdapat dalam film, dalam rangka membangun citra kuliner Indonesia yang positif di mata masyarakat asing. Untuk itu, film tersebut ditayangkan di festival film internasional ternama di Jerman, yaitu *Berlinale*, juga ditayangkan KBRI Yordania.

Pemanfaatan film sebagai aset *nation branding* juga mendukung pemerintah untuk mencapai kepentingan nasional lainnya, seperti membangun pemahaman dan

pengetahuan masyarakat asing terhadap budaya dan sejarah Indonesia, mengasah daya saing kuliner tradisional Indonesia dengan kuliner dari negara lainnya, serta meningkatkan pendapatan negara melalui pengembangan sub-sektor kuliner sebagai salah satu ekonomi kreatif Indonesia.

Melalui tiga fondasi utama yang digunakan Indonesia untuk melakukan *nation branding*, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan film sebagai aset *nation branding* berperan penting dalam upaya pembentukan citra kuliner negara yang positif di mata masyarakat asing. Ditinjau dari elemen *brand identity*, terdapat dua komponen identitas nasional yang dimunculkan dalam film dan ditunjukkan sebagai bentuk simbolik dan visual. Komponen *brand essence* yang muncul dalam film antara lain adalah kuliner tradisional Indonesia, penjualan makanan oleh pedagang kaki lima, penyorotan unsur batik dalam pakaian yang dikenakan aktor atau sebagai ornamen tambahan, serta penyebutan nama-nama daerah di Indonesia sebagai pengambilan latar tempat dalam film. Sedangkan, dari komponen *codes of expression*, muncul identitas nasional dalam bentuk penggunaan bahasa Indonesia, dan penyorotan bendera nasional di beberapa ornamen dalam film.

Sedangkan, ditinjau dari elemen *brand image*, identitas nasional yang terbentuk dari kebiasaan masyarakat Indonesia yang positif, muncul di film tersebut dalam bentuk sorotan tradisi-tradisi masyarakat Indonesia terhadap pemanfaatan *brand identity* dalam keseharian mereka. Hal ini bertujuan untuk menimbulkan kesan positif yang ada pada *brand identity* Indonesia, yaitu bahwa “produk” nasional Indonesia memiliki daya tarik yang kuat dibandingkan “produk” nasional dari negara lain.

Di sisi lain, elemen *brand positioning* yang digunakan untuk melakukan *nation branding* menekankan pada usaha perbaikan kedudukan *brand identity* Indonesia di mata internasional, agar target pasar mendapatkan kesan positif terhadap kebudayaan suatu negara, termasuk timbulnya citra positif terhadap kuliner Indonesia.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa melalui ketiga fondasi utama dari *nation branding* tersebut, pandangan masyarakat asing tentang kuliner Indonesia saat menonton film *Aruna dan Lidahnya* dapat dibangun mengenai beragamnya kuliner Indonesia, yaitu melalui unsur-unsur identitas nasional Indonesia yang muncul dalam film. Sehingga citra kuliner Indonesia dapat menjadi lebih positif di pandangan masyarakat asing.

## DAFTAR PUSTAKA

### Artikel dan Situs Web

- “‘Aruna & Lidahnya’ to Be Screened at Berlin International Film Festival.” The Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/life/2019/02/07/aruna-lidahnya-to-be-screened-at-berlin-international-film-festival.html>.
- “‘Aruna and Her Palate’ Praised for Promoting Indonesian Cuisine, Good Storyline.” The Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/life/2018/09/29/aruna-and-her-palate-praised-for-promoting-indonesian-cuisine-good-storyline.html>.
- “‘Tabula Rasa’, First Indonesian Movie Screened In Sofia International Film Festival.” The Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/life/2018/03/26/tabula-rasa-first-indonesian-movie-screened-in-sofia-international-film-festival.html>.
- “10 Makanan Nusantara Yang Disantap Di Film ‘Aruna dan Lidahnya’.” Kompas.com. <https://travel.kompas.com/read/2018/09/28/161000427/10-makanan-nusantara-yang-disantap-di-film-aruna-dan-lidahnya-?page=all>.
- Armenia, Resty. “Gala Dinner KAA, Istana Suguhkan Cita Rasa Nusantara.” CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20150422193704-106-48568/gala-dinner-kaa-istana-suguhkan-cita-rasa-nusantara>.
- “Aruna & Her Palate.” Netflix Official Site. <https://www.netflix.com/id-en/title/81035731>.
- Asdhiana, I Made. “Kemlu Promosi Kuliner Indonesia.” KOMPAS.com. <http://tekno.kompas.com/read/2011/02/16/20535014/kemenlu.promosi.kuliner.indonesia>.
- Ayu Azanella, Luthfia. *et al.* “CEK FAKTA: Jokowi Sebut Ada 714 Suku Dan 1.001 Bahasa Di Indonesia.” KOMPAS.com. <https://nasional.kompas.com/read/2019/03/30/21441421/cek-fakta-jokowi-sebut-ada-714-suku-dan-1001-bahasa-di-indonesia>.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia – BEKRAF. “Pertemuan Antara Bekraf Dengan Para Calon Duta Besar Republik Indonesia.” <https://www.bekraf.go.id/kegiatan/detail/pertemuan-antara-bekraf-dengan-para-calon-duta-besar-republik-indonesia>.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin, 2019.” Badan Pusat Statistik. [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_pub/58/da\\_03/1](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/58/da_03/1).

- Barlian, Jehan Kahfi. "Kemenpar Gandeng 100 Restoran Diaspora Populerkan Kuliner Indonesia." Wonderful Indonesia Co-Branding Forum. <https://swa.co.id/wicf/news/kemenpar-gandeng-100-restoran-diaspora-populerkan-kuliner-indonesia>.
- Cahya, Putriana. "12 Makanan Lezat Di Film Aruna dan Lidahnya, Bikin Ngiler Berjamaah!" IDN Times, diakses. <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/putriana-cahya/12-makanan-lezat-di-film-aruna-lidahnya-bikin-ngiler-berjamaah-1/12>
- Cheung, Tim. "Your Pick: World's 50 Best Foods." CNN. <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-foods-readers-choice/index.html>.
- Consulate General of The Republic of Indonesia Houston. "Laporan Kinerja Tahun 2017." <https://kemlu.go.id/download/L1NoYXJZCUyMERvY3VtZW50cy9MQVBPUkFOJTIwS0lORVJKQSUyMDIwMTc1MjBLSiJJTIwSG91c3Rvbi5wZGY=>.
- Direktorat Jenderal Amerika-Eropa. "KBRI Adakan Festival Kuliner Buka Pasar Makanan Indonesia Di Argentina." Pasar Amerika dan Eropa - Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://pasaramerop.kemlu.go.id/id/news/kbri-adakan-festival-kuliner-buka-pasar-makanan-indonesia-di-argentina>.
- Direktorat Jenderal Bina Administrasi Kewilayahan. "Koordinasi Penyamaan Persepsi Jumlah Pulau Di Indonesia Tahun 2020." Direktorat Jenderal Bina Administrasi Kewilayahan. <https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/index.php/2020/09/01/koordinasi-penyamaan-persepsi-jumlah-pulau-di-indonesia-tahun-2020/#:~:text=Berdasarkan%20Berita%20Acara%20Penetapan%20Jumlah,oleh%20Kemendagri%20sebanyak%20482%20pulau>.
- Djaya, Andi Baso. "Menyatukan perbedaan Indonesia Dengan Makanan." Lokadata. <https://lokadata.id/artikel/menyatukan-perbedaan-indonesia-dengan-makanan>.
- Embassy of Indonesia. "Facts and Figures." <https://www.embassyofindonesia.org/index.php/basic-facts/#:~:text=Geography%20of%20Indonesia,which%20about%206000%20are%20inhabited>.
- Figge, Katrin. "'Aruna' Inspires Film Buffs And Foodies At Berlinale Festival." The Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/life/2019/02/15/aruna-inspires-film-buffs-and-foodies-at-berlinale-festival.html>.
- "Film Dan Dinner 'Aruna & Lidahnya' Di Berlinale 2019." Deutsche Welle. <https://www.dw.com/id/film-dan-dinner-aruna-lidahnya-di-berlinale-2019/g-47475700>.

“Footballer’s Tweet Sparks Food Fight over Nasi Goreng’s Origin.” ABC News. <https://www.abc.net.au/news/2016-09-19/rio-ferdinand-tweet-sparks-food-fight-over-nasi-goreng-origin/7859648>.

Gitomartoyo, Wening. “‘Aruna dan Lidahnya’ Tells you To Savour The Little Things.” The Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/life/2018/09/21/aruna-dan-lidahnya-tells-you-to-savor-the-little-things.html>.

Hidayat, Wisnu Amri. “Daftar Film Indonesia Yang Berjaya Di Festival Internasional.” Tirto.id. <https://tirto.id/daftar-film-indonesia-yang-berjaya-di-festival-internasional-egJn>.

“Indonesia’s Filosofi Kopi – New Trajectories Surrounding Film.” Japan Foundation Asia Center. <https://jfac.jp/en/culture/features/f-tiff-filosofi-kopi/>.

Indonesia Creative Incorporated. “ICINC For You: Culinary.” Kemenparekraf.go.id. [https://www.kemenparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/pdf/media\\_1589836643\\_ICINC\\_-\\_For\\_You\\_-\\_CULINARY\\_Book\\_No\\_2.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1589836643_ICINC_-_For_You_-_CULINARY_Book_No_2.pdf).

Instagram. <https://www.instagram.com/p/BmPTBPRBpYc/?igshid=ys1xoc90uf4f>.

Kandi, Rosmiyati Dewi. “Produk Jamu Tersedia Di Kamar Hotel Kepala Negara Peserta KAA.” CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20150418122849-111-47560/produk-jamu-tersedia-di-kamar-hotel-kepala-negara-peserta-kaa>.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. s.v. “logat.” <https://kbbi.web.id/logat>.

Kemenparekraf. “Opus Creative Economy Outlook 2019.” [https://www.kemenparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/pdf/media\\_1589839384\\_OPUS\\_-\\_Creative\\_Economy\\_Outlook\\_2019\\_\(Indonesia\\_Version\).pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1589839384_OPUS_-_Creative_Economy_Outlook_2019_(Indonesia_Version).pdf).

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. “Indonesian Film ‘Marlina the Murderer in Four Acts’ Appreciated by the Australian Public.” <https://kemlu.go.id/canberra/en/news/2554/indonesian-film-marlina-the-murderer-in-four-acts-appreciated-by-the-australian-public>.

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. “Indonesia’s Tourism Film Won (Again) Award at the International Tourism Film Festival 2019.” <https://kemlu.go.id/oslo/en/news/350/indonesias-tourism-film-won-again-award-at-the-international-tourism-film-festival-2019>.

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. “Meningkatkan Promosi Kuliner Indonesia Ke Seluruh Dunia Melalui Gastrodiplomasi.” <https://kemlu.go.id/portal/id/read/688/berita/meningkatkan-promosi-kuliner-indonesia-ke->.

- KOMINFO. “Kuliner, Kriya dan Fashion, Penyumbang Terbesar Ekonomi Kreatif.” KOMINFO. [https://kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/content/detail/11034/kuliner-kriya-dan-fashion-penyumbang-terbesar-ekonomi-kreatif/0/berita_satker).
- KWRI UNESCO. “Hari Ini 8 Tahun Lalu, UNESCO Akui Batik Sebagai Warisan Dunia Asal Indonesia.” KWRI UNESCO. <https://kwriu.kemdikbud.go.id/berita/hari-ini-8-tahun-lalu-unesco-akui-batik-sebagai-warisan-dunia-asal-indonesia/>.
- Latief. “Menpar Arief Kunjungi 3 Restoran ‘Co-Branding’ Wonderful Indonesia.” KOMPAS.com. <https://travel.kompas.com/read/2019/03/11/101220127/menpar-arief-kunjungi-3-restoran-co-branding-wonderful-indonesia?page=1>.
- “Lima Film Indonesia Bertema Kuliner.” CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180927141444-220-333693/lima-film-indonesia-bertema-kuliner>.
- “Mengapa Hanya Tiga Daerah Wisata Indonesia Yang Terkenal?” BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-38001555>.
- “Pop Culture: An Overview.” *Philosophy Now: A Magazine of Ideas*. [https://philosophynow.org/issues/64/Pop\\_Culture\\_An\\_Overview](https://philosophynow.org/issues/64/Pop_Culture_An_Overview).
- Prameswari, Naras. “Warga Houston, Texas Nikmati Kuliner Indonesia Lewat ‘Indonesia Culinary Festival 2017’.” VOA Indonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/kjri-houston-ajak-warga-texas-tur-kuliner-indonesia-lewat-indonesia-culinary-festival-2017/4105405.html>.
- Ramadhian, Nabilla. “Rempah Yang Paling Sering Digunakan Orang Indonesia, Tak Sebanyak Zaman Dahulu?” KOMPAS.com. <https://travel.kompas.com/read/2020/05/17/211200527/rempah-yang-paling-sering-digunakan-orang-indonesia-tak-sebanyak-zaman-dahulu?page=all>.
- Rahmawati, Andi A. D. “5 Kuliner Surabaya Ini Sukses Bikin Ngiler Di ‘Aruna & Lidahnya’.” Detikfood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4232944/5-kuliner-surabaya-ini-sukses-bikin-ngiler-di-aruna--lidahnya/6/#news>.
- Santyaningtyas, Ayu C. dan Mahmood Zuhdi N. "Preserving of Traditional Culture Expression in Indonesia." *Asian Social Science* vol 12, no. 7 (2016).
- Sari, Amanda Puspita. “Tujuh Ribu Porsi Makanan Per Hari Untuk KAA.” CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20150421150505-106-48167/tujuh-ribu-porsi-makanan-per-hari-untuk-kaa>.
- Sebayang, Rehia. “Viral! Batik Diklaim Milik China.” CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200712134346-4-172016/viral-batik-diklaim-milik-china>.

- Senja, Anggita M. “Kemenpar Bantu Promosikan Restoran Indonesia Di Luar Negeri.” KOMPAS.com.  
<https://travel.kompas.com/read/2018/04/10/203000727/kemenpar-bantu-promosikan-restoran-indonesia-di-luar-negeri>.
- Stefanie, Christie. “Makanan Dan Hiburan Khusus Sambut Raja Salman Di Istana Bogor.” CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170227224643-262-196624/makanan-dan-hiburan-khusus-sambut-raja-salman-di-istana-bogor>.
- “Turis Amerika Serikat Lebih Kenal Bali Dibanding Indonesia, Benarkah?” Kompas.com.  
<https://travel.kompas.com/read/2016/10/04/162300227/turis.amerika.serikat.lebih.kenal.bali.dibanding.indonesia.benarkah>.
- Wadrianto, Glori K. “Ketika Para Chef Muda Argentina Belajar Masak Rendang.” KOMPAS.com.  
<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/04/12/101511920/ketika-para-chef-muda-argentina-belajar-masak-rendang?page=all>.
- Widowati, Utami. “Kolaborasi Segar Sayur dan Soto Pada Sepiring Rujak Soto.” CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150516132847-262-53583/kolaborasi-segar-sayur-dan-soto-pada-sepiring-rujak-soto>.
- Windratie. “Kenapa Indonesia Tidak Boleh Protes Rendang Diklaim Malaysia?” <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150424095348-262-48926/kenapa-indonesia-tidak-boleh-protes-rendang-diklaim-malaysia>.
- Zimmermann, Kim Ann. “What Is Culture?” LiveScience. <https://www.livescience.com/21478-what-is-culture-definition-of-culture.html>.

### **Buku**

- Albala, Ken. ed. “Indonesia.” In *Food Cultures of the World Encyclopedia*. (Santa Barbara, California: Greenwood, 2011).
- Aronczyk, Melissa. *Branding The Nation: The Global Business Of National Identity*. (New York: Oxford University Press, 2013).
- Bakry, Umar Suryadi. “Metodologi Penelitian: Kualitatif versus Kuantitatif.” In *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Dinnie, Keith. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. (Burlington: Elsevier, 2008).



Feinberg, Barry M., dan Xiaoyan Z. "The Anholt–GfK Roper Nation Brands Index<sup>SM</sup>: Navigating the Changing World." In *International Place Branding Yearbook*. (London: Palgrave Macmillan, 2011).

MacDonald, Stuart. *Soft Power Today: Measuring the Influences and Effects*. (United Kingdom: British Council, 2004).

Mansbach, Richard W. *The Global Puzzle: Issue & Actors in World Politics*. (Boston: Houghton Mifflin Company, 2000).

Nye, Joseph S. *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. (New York: Public Affairs, 2004).

Rana, Kishan S. *21<sup>st</sup> Century Diplomacy: A Practitioner's Guide*. (New York: Continuum, 2011).

### **Dokumen Resmi**

Indonesia, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Perlindungan Bahasa dan Sastra, Serta Peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia, PP No. 57 Tahun 2014, pasal 31.

Salim, Zamroni, *et.al.* "Info Komoditi Tanaman Obat." *Jakarta: Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia* (2017).

### **Jurnal**

Cull, Nicholas J. "Public Diplomacy: Taxonomies and Histories." *Annals of the American Academy of Political and Social Science* vol 616, no. 1 (Februari 2008).

Gilboa, Eytan. "Searching for a Theory of Public Diplomacy." *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* vol 616, no. 1 (March 2008).

Gjorgievski, Mijalce dan Sinolicka Melles Trpkova. "Movie Induced Tourism: A New Tourism Phenomenon." *UTMS Journal of Economics* vol 3, issue 1 (2012).

Haneş, Nicolae dan Adriana Andrei. "Culture as Soft Power in International Relations." *International Conference Knowledge-based Organization* vol 21, no. 1 (2015).

Hsieh, Hsiu-Fang dan Sarah E. Shannon. "Three Approaches to Qualitative Content Analysis." *Qualitative Health Research* vol 15, no. 9 (2005).

Hurn, Brian J. "The Role of Cultural Diplomacy in Nation Branding." *Industrial and Commercial Training* 48, no. 2 (2016).

- Mayring, Philipp. "Forum: Qualitative Content Analysis." *Qualitative Content Analysis* vol 1, no. 2 (Juni 2000).
- McDonald, John W. "The Institute for Multi-Track Diplomacy." *Journal of Conflictology* vol 3, no. 2 (2012).
- Patji, Abdul Rahman. "Pengembangan Dan Perlindungan Kekayaan Budaya Daerah: Respon Pemerintah Indonesia Terhadap Adanya Klaim Oleh Pihak Lain." *Jurnal Masyarakat dan Budaya* vol 12, no.3 (2010).
- Peters, Jessica. "American Cinema as Cultural Diplomacy: Seeking International Understanding One Film at a Time." Dissertation, UCLA, 2015.
- Rand, Gerrie E., *et al.* "The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing: A South African Situation Analysis." *Journal of Travel & Tourism Marketing* vol 14, no. 3-4 (2003).
- Rostami, Nargess. "Public Diplomacy; Tools of Power in Foreign Policy; (Case Study: Application of Public Diplomacy in Foreign Policy of United States of America)." *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review* 3, no. 10 (Juni 2014).
- Saberi, Donya, *et al.* "Soft Power and Place Branding in the United Arab Emirates: Examples of the Tourism and Film Industries." *International Journal of Diplomacy and Economy* vol 4, no. 1 (2018).
- Sun, Henry H. "International Political Marketing: A Case Study of United States Soft Power and Public Diplomacy." *Journal of Public Affairs* vol 8, (2008).
- Surono, Ingrid Suryanti. "Traditional Indonesian Dairy Foods." *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition* vol 24, no. Supplement (2015).
- Szondi, Gyorgy. "*Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences.*" Discussion Papers In Diplomacy. Netherland Institute of International Relations 'Clingendael', 2008.
- Tuclea, Claudia-Elena dan Puiu Nistoreanu. "How Film and Television Programs Can Promote Tourism and Increase Competitiveness of Tourist Destinations." *Cactus Tourism Journal* vol 2, issue 2 (2011).
- Wijaya, Serli. "Indonesian Food Culture Mapping: A Starter Contribution To Promote Indonesian Culinary Tourism." *Journal of Ethnic Foods* vol 6, no. 9 (2019).