

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa diplomasi aviasi Indonesia telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam memperkuat nation branding di panggung internasional, terutama pasca disrupsi global yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19. Pandemi ini bukan hanya mengguncang industri penerbangan dari sisi operasional dan finansial, tetapi juga membuka babak baru yang menuntut Indonesia untuk menata ulang pendekatan diplomatiknya dalam sektor aviasi tidak hanya demi pemulihan ekonomi, tetapi juga demi citra dan reputasi bangsa di kancah global.

Dalam konteks ini, diplomasi aviasi tidak lagi dipahami sebatas negosiasi rute penerbangan atau kerja sama teknis, melainkan sebagai alat soft power yang digunakan untuk memproyeksikan identitas nasional Indonesia. Maskapai nasional seperti Garuda Indonesia, melalui layanan, budaya, dan standar keselamatan penerbangan yang ditampilkan, menjadi wajah bangsa di udara. Keikutsertaan Indonesia dalam aliansi SkyTeam dan keterlibatan aktif di organisasi internasional seperti ICAO merupakan bagian dari strategi nation branding yang menunjukkan komitmen Indonesia terhadap standar internasional, profesionalisme, dan keterbukaan terhadap kolaborasi global.

Namun demikian, tantangan masih tetap besar. Ketimpangan kualitas infrastruktur bandara, lemahnya dukungan fiskal terhadap maskapai nasional, serta dominasi maskapai asing di rute strategis menunjukkan bahwa upaya diplomasi aviasi Indonesia masih menghadapi hambatan struktural. Tanpa sinergi antarkementerian, visi jangka panjang, dan

reformasi kelembagaan yang serius, diplomasi aviasi Indonesia berisiko stagnan dan tidak maksimal dalam memainkan peran branding negara.

Di sisi lain, peluang untuk memperkuat citra Indonesia melalui diplomasi aviasi sangat besar. Indonesia memiliki keunggulan sebagai negara kepulauan dengan posisi geografis strategis yang memungkinkan pembangunan hub udara regional. Proyek-proyek seperti pengembangan aerotropolis, partisipasi dalam ASEAN *Single Aviation Market*, serta kerja sama pelatihan SDM aviasi menunjukkan bahwa Indonesia memiliki fondasi yang kuat untuk membangun reputasi sebagai negara yang maju dalam sektor transportasi udara.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan diplomasi aviasi Indonesia pasca Covid-19 ditentukan oleh tiga faktor utama: kapasitas institusional (termasuk maskapai nasional dan kementerian terkait), kualitas regulasi domestik, dan integrasi diplomasi dengan strategi pembangunan nasional. Dalam hal ini, diplomasi aviasi tidak dapat berdiri sendiri, tetapi harus menjadi bagian dari agenda nasional yang menyatukan kepentingan ekonomi, pariwisata, keamanan, dan reputasi internasional.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan oleh pemangku kebijakan dan pelaku industri untuk memperkuat diplomasi aviasi Indonesia pasca pandemi Covid-19. Pertama, pemerintah perlu memperkuat sinergi lintas sektor antara kementerian luar negeri, kementerian perhubungan, Kementerian BUMN, serta pelaku swasta dalam merancang dan mengimplementasikan strategi diplomasi aviasi. Kolaborasi ini penting agar diplomasi

tidak hanya berhenti pada negosiasi perjanjian udara, tetapi juga berdampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui penguatan maskapai nasional, pengembangan rute strategis, serta peningkatan konektivitas logistik dan pariwisata.

Kedua, dukungan finansial terhadap maskapai nasional seperti Garuda Indonesia perlu diprioritaskan agar mampu bersaing di pasar internasional dan memulihkan kinerja keuangannya. Langkah ini harus dibarengi dengan transparansi dan efisiensi operasional agar bantuan negara menjadi investasi strategis dalam memperkuat daya saing Indonesia. Selain itu, pemerintah dapat mempertimbangkan insentif fiskal, restrukturisasi pajak aviasi, dan reformasi BUMN sektor penerbangan untuk meningkatkan kelayakan finansial jangka panjang.

Ketiga, peningkatan kualitas infrastruktur bandara di luar Jawa menjadi kunci untuk mengurangi ketimpangan layanan penerbangan dan memperluas diplomasi rute udara ke wilayah potensial. Pengembangan bandara strategis seperti Yogyakarta International Airport dan Kualanamu menjadi model penguatan diplomasi berbasis aerotropolis yang mengintegrasikan logistik, pariwisata, dan pengembangan UMKM. Strategi ini juga memperluas kontribusi sektor aviasi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan pengurangan ketimpangan antarwilayah.

Keempat, diplomasi aviasi Indonesia perlu memperkuat pendekatan nation branding. Hal ini dapat dicapai melalui pemanfaatan maskapai nasional sebagai representasi budaya dan pelayanan unggulan Indonesia. Perluasan kampanye global, partisipasi dalam penghargaan internasional seperti Skytrax, serta sinergi antara promosi pariwisata dan layanan aviasi menjadi instrumen penting dalam memperkuat citra positif

Indonesia di mata dunia. Dengan demikian, diplomasi aviasi akan berkontribusi tidak hanya pada transportasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis Indonesia di ranah internasional.

Terakhir, pemerintah dan pelaku industri harus mengakselerasi transformasi digital dalam sektor penerbangan. Adopsi teknologi pintar di bandara, peningkatan sistem navigasi digital, serta pelatihan sumber daya manusia dalam konteks Industri 4.0 akan memperkuat kesiapan Indonesia dalam bersaing secara global. Digitalisasi ini bukan hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menjadi indikator utama dalam diplomasi penerbangan modern. Dengan langkah-langkah ini, diplomasi aviasi Indonesia diharapkan tidak hanya mampu menghadapi tantangan pasca pandemi, tetapi juga memanfaatkan peluang untuk menempatkan Indonesia sebagai pemain strategis di sektor aviasi kawasan Asia Pasifik.