

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan hubungan internasional (HI) kontemporer dalam era globalisasi memunculkan beragam aktor-aktor HI yang semakin kompleks meliputi negara, kelompok negara, aktor non negara, kelompok non negara, sampai individu. Ia membuat kajian politik luar negeri dalam studi diplomasi mulai bergeser dari diplomasi tradisional menjadi diplomasi modern. Diplomasi tradisional berfokus pada proses komunikasi dan negosiasi antar pemerintah dari elit politik dalam first-track. Ia mempunyai prosedur dan peraturan yang berorientasi pada isu-isu konflik, perang, damai, dan kerja sama antar negara perjanjian perdamaian, serta batas suatu negara (*high politics*).

Hingga timbul isu-isu lain seperti lingkungan, pariwisata, terorisme, kesehatan dan hak asasi manusia menjadi sasaran (Hennida 2020). Sementara diplomasi modern melahirkan diplomasi gaya baru yang semakin dinamis dan terus bergeser menjadi diplomasi modern (*Second-Track Diplomacy*) masalah ekonomi dan isu-isu terkait kesejahteraan (*low politics*) menghindari terjadinya perang, aktor bukan lagi elit politik, terdapat seniman dan budaya.

Negara juga masih menjalin diplomasi bilateral dengan negara lain. Macam-macam diplomasi sangat berbeda dalam penggunaan disesuaikan dengan kelebihan, dan kekurangan masing-masing. Diplomasi adalah proses menuntut keuntungan melalui negosiasi dan komunikasi. Diplomasi preventif dapat diartikan sebagai diplomasi yang bertujuan untuk menghindari risiko konflik dan biasanya dilakukan oleh pihak ketiga untuk mencegah meluasnya perseteruan antara dua faksi yang bertikai (Roy 1995, 164-5).

Olahraga adalah kajian yang menarik dalam HI karena berpengaruh terhadap hubungan politik, ekonomi, sosial, dan budaya antar negara seperti Piala Dunia, Asian Games, Sea Games, menjadi ajang lomba internasional. Pada konteks Piala Dunia FIFA (*Federation of Internationale Football Association*) sebagai event acara olahraga terbesar sepak bola dengan jangkauan luas yang memiliki animo luar biasa dalam menjangkau semua kalangan anak-anak hingga orang dewasa mampu menghubungkan para atlet, masyarakat, industri, pariwisata, pelaku ekonomi dari seluruh negara dunia.

Maka bisa dikatakan ia menjadi pemersatu bangsa-bangsa. Piala Dunia merupakan kegiatan olahraga sepak bola dunia yang digelar empat tahun sekali, terinspirasi setelah sukses dalam Olimpiade sebelumnya. Sejarah mencatat untuk pertama kali digelar pada tahun 1930 di Montevideo, Uruguay. Hanya diikuti 13 negara saja mempunyai tujuan menciptakan perdamaian dunia di bidang sepak bola, di bawah kepemimpinan Jules Rimet. Semenjak itu beberapa negara bergantian menjadi tuan rumah.

Jika disejajarkan dari abad ke-21, Penyelenggaraan Piala Dunia edisi ke-17 pada tahun 2002 yang pertama kali di gelar di Asia, mengambil tempat di Korea Selatan dan Jepang. Gelaran itu membuat ekonomi kedua negara meningkat sebesar 6,9 miliar dolar dan 350 ribu lapangan pekerjaan baru (FIFA.COM), terlebih lagi bagi Korea Selatan yang berhasil melaju hingga semifinal mendorong konsumen internasional terhadap mutu barang produk Korea Selatan, juga akan mendorong investor internasional untuk meningkatkan jumlah investasi modalnya di Korea Selatan.

Keuntungan Jepang dan Korea selama penyelenggaraan Piala Dunia ini meraup keuntungan sebanyak US\$ 260 juta atau setara Rp 3,7 Triliun (FIFA.COM). Piala dunia 2006 yang digelar di daratan Eropa yaitu Jerman. Negara yang pada saat itu, perekonomian berada dalam keadaan yang tidak menentu karena pengangguran dan pertumbuhan ekonomi yang rendah.

Menjadi tuan rumah Piala Dunia 2006 membuat Jerman menghasilkan keuntungan besar, hingga mencapai 140 juta Euro, tetapi masih dipotong dengan pajak yang dikenakan oleh FIFA, sehingga hanya menerima sekitar €56,6 juta setara dengan Rp 680 miliar (FIFA.COM), negara Jerman dengan cepat mengubah citra negaranya yang diktator dan cenderung rasis (NAZI), menjadi sangat terbuka, bahkan sekarang menampung banyak sekali imigran. Empat tahun setelahnya, Piala Dunia kembali digelar. Tepatnya pada tahun 2010, Piala Dunia diadakan di benua Afrika untuk pertama kali dalam sejarah, mengambil tempat di bagian paling selatan Afrika.

Meskipun jumlah wisatawan kurang dari yang direncanakan, sekitar 3 juta penggemar menyaksikan acara ini (FIFA.COM), menjadikannya acara terbesar ketiga dalam sejarah FIFA. Dalam hal pendapatan, Piala Dunia 2010 dianggap sukses dan FIFA mengkonfirmasi bahwa itu dapat menghasilkan US\$ 3,655 miliar dari acara tersebut (FIFA.COM). Namun, menurut survei pra dan pasca pelaksanaan dampak ekonomi Piala Dunia 2010 di Afrika Selatan ternyata tidak signifikan dan dibesar-besarkan untuk membenarkan kepentingannya.

Dapat dikatakan bahwa Piala Dunia 2010 tidak dapat secara langsung mendorong perkembangan daerah tertinggal di Afrika Selatan yang masih menderita kemiskinan dan pengangguran. Namun, keberhasilan Piala Dunia 2010 ditandai dengan perilakunya yang relatif aman dan lancar, dan ras yang beragam yang sebelumnya dipisahkan oleh kebijakan apartheid sekarang menjadi komunitas Afrika Selatan yang kuat dan mendukung di belakangnya, untuk menunjukkan tim nasional dan statusnya sebagai tuan rumah (Affenita 2014).

Lalu pada penyelenggaraan 2014, benua Amerika Selatan khususnya Brazil terpilih menjadi tuan rumah, sepak bola sudah menjadi trend di kalangan masyarakat Brazil. Mempunyai tim dengan julukan “Samba”, Brazil sukses menarik wisatawan untuk datang ke negara tersebut. Brazil meraih keuntungan selama penyelenggaraan sebanyak \$3.500 juta dolar AS sementara pengeluaran sebesar \$3.300 juta, keuntungan 200 juta dolar siap membuat Brazil melaksanakan turnamen akbar ini. 12 stadion utama di Brazil disiapkan untuk memberi pertunjukan bergengsi.

Pada Piala Dunia tahun 2018 kembali diselenggarakan, mengambil tempat di negara Rusia. Piala dunia 2018 menjadi kesempatan emas bagi Rusia dalam membangun nation branding. Menurut Presiden FIFA Gianni Infantino menyebut Piala Dunia 2018 sebagai persepsi terbaik dan paling berubah dari negara tuan rumah Rusia. Hal yang sama juga disampaikan Presiden tuan rumah Vladimir Putin bahwa banyak stereotip tentang Rusia telah diruntuhkan selama penyelenggaraan dengan tidak ada kekerasan antar penggemar atau insiden besar, turnamen sepak bola yang sukses telah memberikan sedikit kelegaan dan memungkinkan saluran diplomatik yang dibuka kembali. (Sebayang 2018).

Menjadi tuan rumah akan sangat menguntungkan secara luar biasa dari berbagai sektor. Keuntungan jangka pendek bisa diperoleh dari kunjungan wisatawan yang terus bertambah pada saat penyelenggaraan, sedangkan jangka menengah diperoleh dari retail. Sedangkan keuntungan jangka panjang adalah bertambahnya ketersediaan infrastruktur, dalam konteks ini yaitu kesiapan stadion, yang akan menjadi tempat bertanding. Rusia sebagai tuan rumah mempersiapkan secara detail untuk memenuhi syarat agar bisa disetujui menjadi tuan rumah.

Perjuangan Rusia sampai disetujui menjadi tuan rumah memerlukan waktu yang sangat panjang, melalui proses bidding (metode lelang dengan mengambil suara terbanyak) pada tahun 2010 di Zurich, Swiss Presiden FIFA pada saat itu Joseph Blatter beserta komite eksekutif lainnya mengadakan kongres luar biasa sampai Rusia mendapat suara terbanyak. Beberapa Negara menjadi kandidat Tuan Rumah Piala Dunia 2018:

Tabel 1.1 Hasil Pertemuan *Bidding*

No	Negara Peserta	Ketua <i>Bidding</i>	Duta <i>Bidding</i>	Motto
1	Inggris	Geoff Thompson	David Beckham	<i>England United, The World Invited</i>
2	Spanyol Portugal	Angel Maria Villar dan Gilberto Vadail	Luis Figo	<i>We Play As a Team, United by Enthusiasm</i>
3	Belgia Belanda	Michael van Praag	Johan Cruyff dan Ruud Gullit	<i>Together for Great's Goal</i>
4	Rusia	Vitaly Mutko	Alexei Smertin	<i>Ready to Inspire</i>

(Sumber: FIFA.COM)

Sebagai turnamen akbar piala dunia membutuhkan banyak biaya, pemerintah Rusia mengeluarkan dana sebanyak US\$ 14 Miliar atau setara dengan Rp 195 Triliun. mulai dari pembenahan atau pembangunan stadion hingga proses keamanan. Pengeluaran tersebut tersebar untuk beberapa pembiayaan. Dana terbesar terserap untuk membenahi infrastruktur transportasi yang mencapai US\$ 6,11 Miliar (Rp 85 Triliun).

Pengeluaran terbesar kedua untuk membenahi stadion yang mencapai angka US\$ 3,45 Miliar (Rp 48 Triliun). Sedangkan akomodasi, Rusia telah mengeluarkan dana US\$ 680 Juta (Rp 9,5 Miliar) (FIFA.COM). Lebih dari setengah biaya resmi terkait piala dunia 2018. Akan tetapi anggaran yang cukup besar ini sepadan dengan pemasukan dan bertambahnya turis sehingga menarik media luar untuk datang dan negara tuan rumah bisa memanfaatkan peluang agar nation branding negara Rusia bisa tercapai untuk meningkatkan citra negara.

Selain itu pertandingan skala internasional dalam penyelenggaraan piala dunia ini sebagai kepentingan nasional negara penyelenggara. Salah satu contoh peran media nation branding adalah penyelenggaraan piala dunia di benua Afrika pada tahun 2010. Afrika Selatan dinilai bisa membuktikan dengan menjadi kekuatan ekonomi termaju di kawasan (*Africa's Most Developed Economy*). Penyelenggaraan piala dunia 2010 menjadi momentum Afrika Selatan memperlihatkan kekuatan pada kancah politik global.

Sedangkan pada momentum piala dunia 2018 masyarakat ingin menjadi sukarelawan, dapat dilihat dalam jumlah mencapai 17.040 sukarelawan LOC (*Local Organizing Committee*), dipilih dari 176.870 pelamar dengan berbagai latar belakang berbeda disatukan dengan kecintaan yang sama dan kemauan untuk dedikasi selama perhelatan berlangsung, 36% laki-laki dan 64% perempuan. 93% berasal dari tuan rumah, 7% sisanya berasal dari 112 negara berbeda (fifa.com). Penyelenggaraan piala dunia menjadikan diplomasi Rusia menjadi lebih kuat, dari aktor-aktor non negara yaitu federasi FIFA sebagai wadah yang mempunyai integritas dalam menyelenggarakan suatu kompetisi dan menjadikan alat sebagai nation branding suatu negara.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka dirumuskan pertanyaan penelitian: Bagaimana Strategi *Nation Branding* Rusia melalui penyelenggaraan Piala Dunia 2018?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk tujuan yang ingin dicapai, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

- Untuk mengetahui keberhasilan Strategi *Nation Branding* Rusia dalam penyelenggaraan Piala Dunia 2018.

1.4. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian merupakan salah satu prestasi yang ingin dicapai peneliti dalam mengoptimalkan penelitiannya. Manfaat hasil penelitian ini memiliki dua dimensi yaitu akademis dan praktis.

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari kajian ini adalah mengembangkan keilmuan HI dalam bidang nation branding khususnya yang berkaitan dengan kebijakan Strategi *Nation Branding* Rusia dalam penyelenggaraan Piala Dunia 2018. Hal yang menarik lainnya adalah pembahasan Piala Dunia 2018 mempunyai peran penting dalam penyelenggaraan Piala Dunia 2018.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini membantu memberikan hasil berupa informasi dan penalaran tentang sikap, perilaku dan hasil yang dicapai Rusia dalam penyelenggaraan Piala Dunia 2018 dan dapat menjadi bahan bacaan dan rujukan bagi negara-negara yang ingin meningkatkan *Nation Branding*.

1.5. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif analitik yang dikembangkan pada riset ini kerap menjadi metode penelitian, dalam sebuah penulisan ilmiah. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan temuan, tetapi penjelasan tidak digunakan untuk menarik kesimpulan umum.

Merupakan karakteristik untuk menjabarkan fenomena sosial dan dalam kehidupan bermasyarakat secara mendalam (Sukmadinata 2006) hasil kesimpulan atau penjabaran tersebut kemudian akan dianalisis, hingga menjadi kesimpulan analitik. Metode ini untuk menggambarkan fakta-fakta akan implikasi penyelenggaraan Piala Dunia 2018 terhadap *Nation Branding* Rusia sebagai negara tuan rumah.

1.5.1. Jenis dan Tipe Penelitian

Jenis Penelitian deskriptif analitik, merupakan jenis studi kasus, menggunakan metode kualitatif. Ini adalah studi ilmiah yang bertujuan untuk memahami dunia sosial secara alami dengan mengutamakan interaksi atau proses komunikasi menurut (Maleong 2010). Jenis studi kasus analitik deskriptif, dan kualitatif digunakan oleh peneliti untuk mengambil atau mengungkapkan informasi menyeluruh data studi.

1.5.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini sumber dan pengumpulan teknik data menggunakan data sekunder. Data yang diproses untuk digunakan biasanya tersedia dari lembaga pemerintah, lembaga layanan data, atau perusahaan terkait data lainnya (Kholifah 2008). Data didapatkan melalui informasi yang sudah ada, catatan buku maupun arsip lainnya, tersedia pada pusat kajian dan perpustakaan.

1.5.3. Teknik Validasi Data

Validasi sangat penting untuk menguji keabsahan dan kesahihan data dalam sebuah penelitian, karena proses pengumpulan data nantinya akan menjadi bahan rujukan penelitian. Pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Definisi efektivitas Azwar adalah akurasi dan tingkat akurasi yang digunakan alat pengukur dalam menjalankan fungsinya. Hal ini terkait dengan keakuratan interpretasi hasil evaluasi (Linn 1990). Pada intinya validasi sumber data mencari sumber data yang berbeda dan mengerucut pada data yang sama atau sejenis sehingga ditemukan keabsahan. Prosedur triangulasi memudahkan peneliti dalam pengakurasian data. Dalam validasi data Strategi Nation Branding Rusia sebagai tuan rumah piala dunia 2018 memiliki bahan yang sama dari berbagai sumber, maka sumber dari data tersebut telah valid untuk dipaparkan dalam penelitian.

1.5.4. Teknik Analisis Data

Menurut (Patton 1980:268) analisis data telah digambarkan sebagai proses di mana urutan data diatur dan diatur ke dalam kategori, pola, dan unit deskriptif dasar. Adapun tujuan dalam analisis data adalah untuk membuat suatu keputusan lebih ilmiah dan efektif. Dalam penelitian ini peneliti akan menyusun strategi Nation Branding Rusia sebagai tuan rumah Piala Dunia 2018, yang telah diperoleh dari hasil dokumentasi. Peneliti meminta data-data tentang Nation Branding ke perpustakaan Lembaga Ketahanan Nasional bidang sosial budaya.

Dalam penelitian ini peneliti menganalisis secara tematik, menggunakan pola-pola yang ada dalam data kualitatif berdasarkan masalah sosial yang kemudian akan dihubungkan dengan teori Hubungan Internasional yaitu diplomasi publik dan lebih jelas kepada Nation Branding, yang selanjutnya akan disusun dan ditarik sebuah kesimpulan dari penjelasan yang tersedia.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas empat bab, dalam setiap terdapat sub-bab yang disesuaikan dengan pembahasan yang ada di penelitian ini, terdiri atas:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistem kesekretariatan yang menjelaskan masalah Strategi *Nation Branding* Rusia dalam Penyelenggaraan Piala Dunia 2018.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini mendeskripsikan dan menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, kerangka teoritis/konseptual, hipotesis penelitian, variabel dan indikator serta skema dan alur penelitian yang dipakai untuk membantu penulis dalam menganalisa. Peneliti menggunakan *Public Diplomacy* atau Diplomasi Publik dari Nicholas J. Cull yang mengedepankan konsep *Nation Branding* dengan menekankan *Listening, Cultural Diplomacy, International Broadcasting*.

BAB III Pembahasan

Bab ini peneliti mendeskripsikan dan menjelaskan mengenai bagian inti atau penyajian informasi dan serta analisis data. Temuan data-data mengenai permasalahan yang dibahas dianalisa dan akan dikaitkan dengan kerangka teori analisa strategi Rusia untuk menghasilkan kesimpulan tentang strategi nation branding Rusia sebagai tuan rumah Piala Dunia 2018.

BAB IV Penutup

Bab ini berisi sub-bab mengenai kesimpulan terkait dari data-data yang telah dianalisis serta saran dari penulis mengenai penelitian ini. Penarikan kesimpulan merupakan hasil analisis fenomena yang menggunakan teori sebagai pedoman dengan meneliti interaksi variabel-variabel dalam pembuatan keputusan luar negeri menurut teori yang digunakan.