

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi dan revolusi teknologi yang telah terjadi telah membawa konsekuensi secara langsung terhadap praktek diplomasi dan membuat isu-isu internasional menjadi semakin rumit. Perkembangan teknologi ini juga kemudian memicu pesatnya perkembangan diplomasi. Upaya-upaya yang dilakukan oleh *first track diplomacy* telah dianggap juga sebagai bagian dari penyebab gagalnya konflik-konflik antar negara untuk diatasi. Kegagalan ini kemudian mengembangkan pemikiran untuk meningkatkan diplomasi jalur kedua (diplomasi antar warga negara atau diplomasi public) sebagai salah satu cara alternatifnya (McDonald, 1991). Jika dilihat pada *first track diplomacy* hanya dilakukan melalui perwakilan resmi negara saja, sedangkan diplomasi public memiliki aktor yang lebih luas lagi. Pada diplomasi public, aktor-aktor non negara seperti misalnya masyarakat dan media massa sangatlah berperan penting untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara dan dinilai akan lebih efektif dibandingkan dengan *first track diplomacy*. Seperti yang dikatakan oleh Robert O Keohane dan Joseph nye bahwa dalam hubungan internasional, selain para diplomat dan para tentara yang berperan menjadi agen negara, adapun sejumlah interaksi antara warga masyarakat yang memiliki peran politik penting Yang saling berhubungan tanpa adanya kontrol langsung dari pemerintah. ((Nye & Keohane, 1971)

Perkembangan dunia dengan adanya globalisasi ini turut membuka celah bagi sebuah negara untuk melaksanakan diplomasinya. Dalam dunia terglobalisasi yang mana didorign oleh teknologi negara-negara mau tak mau didorong untuk meningkatkan bentuk dari komunikasi ataupun diplomasi non-tradisional mereka sehingga mereka dapat meningkatkan status internasional mereka. Hal ini dapat dilihat pada negara berkembang yang tak memiliki sumber daya dengan kekuatan structural maupun diplomatic yang ekstensif dan karenanya menggunakan alat lain yang mana digunakan untuk berkompetisi secara global, seperti menonjolkan daya Tarik dan penampilannya. (HSRC, 2007)

Dari berbagai modal yang telah dijadikan sebagai *softpower* oleh banyak negara, olahraga saat ini telah menjadi salah satu instrument yang menjadi pilihan untuk digunakan. Selain fakta bahwa olahraga ialah salah satu industry yang dapat menghasilkan miliaran dollar, dimana mampu menyumbang devisa lebih bagi negara, juga terdapat fenomena menarik dimana penyesuaian antara media dengan sektor pariwisata, kompetisi yang ada baik untuk mempertahankan citra dari para aktor olahraga juga popularitas tuan rumah dimana dalam kegiatan berskala internasional yang diasumsikan sebagai *prestige global*, *power*, dan *economic power potential*. (Black, 2007: 1) kegiatan olahraga internasional berskala besar juga memiliki kapasitas luar biasa dimana dapat menjadikan adanya suatu pengalaman emosional bersama, yang dapat memperlihatkan daya tarik dan impresi olahraga sebagai salah satu kekuatan politik. (Black, 2007) Contohnya ketika Indonesia menunjukkan dirinya pada dunia, dimana memperlihatkan kemajuan dan mempertegad sikap politik bangsa, yaitu pada dilaksanakannya Asian Games ke-4 pada 1962 dan Ganefo (*Game of The New Emerging Forces*) 1963. (Hartono, 2012) Korea Selatan juga merasakan keuntungan dari mengadakan kegiatan olahraga berskala internasional pada penyelenggaraa Olimpiade Seoul 1988 dimana setelahnya mereka berkesempatan untuk menormalkan hubungan dengan Cina dan Vietnam juga Soviet dan negara Eropa Timur. (Han, 2009)

Tahun 2014 *Olympic Council of Asia* (OCA) telah menunjuk Indonesia untuk menjadi tuan rumah pengganti dari Asian Games XVIII untuk dapat menggantikan Vietnam yang dengan alasan ekonomi telah mengundurkan diri. Indonesia dengan terpilih menjadi tuan rumah yang kedua kalinya berharap dapat mengulang sejarah dan prestasi terbaiknya yang pernah terukir pada Asian Games IV pada tahun 1962, yang pada saat itu berlokasi di Jakarta, dan berhasil menududuki peringkat kedua setelah Jepang. (Sidik, 2018) Dengan menjadi tuan rumah merupakan sebuah kesempatan untuk memanfaatkan dan meraih sukses dalam banyak hal, misalnya sukses dalam penyelenggaraan (**tuan rumah**), sukses dalam dua pencapaian prestasi (**peserta**), dan sukses dalam pemberdayaan ekonomi (**industry**). Berkaitan dengan industry olahraga, diharapkan masyarakat Indonesia untuk bisa meraih sukses bukan dengan tanpa alasan dikarenakan Indonesia dilihat memiliki potensi yang besar, hanya tinggalbagaimana nantinya potensi tersebut dapat dikelola secara optimal ehingga menjadi sebuah produk yang ekonomis. Kegiatan besar ini bukan hanya kegiatan olahraga biasa semata.

Dengan adanya kegiatan ini dipastikan akan bernilai dengan adanya kesempatan kerja, usaha dan proporsi, dan penciptaan nilai tambah dari ekonomi. Diharapkan melalui penyelenggaraan Asian Games ini nantinya prestasi olahraga akan semakin membaik, masyarakat akan semakin rajin untuk berolahraga, dan semoga dalam semua aspek hiup masyarakat akan lebih sportif. (Anggraini & Paolo, 2018)

Asian Games ialah pertama kali diperkenalkan sebagai suatu olahraga di Asia Kecil ataulebih dikenal dengan *Far Eastern Championship Games* dimana diadakan untuk menampilkan kesatuan dan kerjasama antar negara yaitu Kerajaan Jepang, Kepulauan Filipina, dan juga Republik Tiongkok. Kegiatan ini pertama kali diselenggarakan di Manila, Filipina yaitu pada tahun 1913. Negara-negara Asia lain mulai berpartisipasi setelah kegiatan ini dimulai. Namun pada tahun 1928 kegiatan ini dihentikan ketika Jepang menyerang Tiongkok dan aneksisasi Filipina yang kemudian menjadi pemicu perluasan Perang Dunia II di wilayah pasifik. Setelah PD II, beberapa negara di Asia menerima kemerdekaanya, sehingga pada Agustus 1948 yaitu pada Olimpiade di London, perwakilan India yaitu Guru Dutt Sondhi, ia mengusulkan untuk para pemimpin dari negara-negara Asia untuk mmengadakan Asian Games. Seluruh perwakilan tersebut menyetujui untuk dibentuk Federasi Atletik Asia. Dengan itu pada Februari 1949, Federasi Atletik Asia itupun terbentuk dan kemudian menggunakan nama *Asian Games Federation*. Kemudian disepakati pada 1951 di New Delhi, ibukota India untuk Asian Games diadakan, selain itu mereka sepakat untuk kegiatan tersebut untuk diselenggarakan setiap empat tahun sekali.(Wikipedia, 2018)

Pelaksanaan Asian Games yang ke XVIII Indonesia kembali berkesempatan menjadi tuan rumah pelaksanaanya. Untuk *event* yang beerskala besar seperti ini sebuah negara senantias akan berorientasi untuk dapat merengkuh kesuksesan dalam: penyelenggaraan, Prestasi, dan ekonomi. Terlebih dalam penyelenggaraan Asian games 2018 Wakil Presiden Jusuf Kalla saat rapat terbatas bersama KOI ia menambahkan yaitu yang keempat adalah kesuksesan administrasi. Pencapaian dan kesuksesan dari Asian Games XVIII tentunya tidk akan terjadi dengan sendirinya, diperlukan juga persiapan dari hasil bersungguh-sungguh. Dengan berharap yang mana pada akhirnya kegiatan olahraga terbesar di Asia ini mapu meneguhkan posisi Indonesia di tingkatan global dalamsatu kali trikan melalui *nation branding* yang kuat. Suatu refleksi langsung

berasal dari serangkaian promosi dan strategi komunikasi untuk mencapai *'the picture of mind'* bagaimana reputasi dan citra bangsa Indonesia di depan masyarakat internasional. Tidak tanpa alasan bagaimana olahraga menjadi pijakan untuk membangun *nation branding*. Asian Games juga bisa menjadi alat untuk membentuk identitas bangsa (*nation brand identity*) di mata warga dunia. Asian Games bisa menjadi medium untuk memperkenalkan karakter bangsa: sejarahnya, nasionalisme, keberagaman budayanya, keramah tamahannya, keindahan alamnya, atau kemajuan pembangunannya. Asian Games juga bisa menjadi momentum untuk melakukan rebranding dan mengubah positioning bangsa ke arah yang lebih baik. (Yuswohady, 2018)

Direktur Media dan Public Relation (PR) *Indonesia Asian Games 2018 Organizing Committee* (INASGOC) yaitu Danny Buldansyah juga mengatakan, bahwasanya Asian Games 2018 akan menjadi kesempatan besar untuk Indonesia memberikan citra positif kepada dunia. Ia meminta semua elemen masyarakat untuk sama-sama membantu memperlihatkan karakter asli Indonesia yang baik kepada semua penonton Asian Games. Danny menjelaskan lima miliar penonton Asian Games yang ditargetkan tidak semua yang datang ke Indonesia menyaksikan langsung. Tapi juga penonton lewat media televisi atau media digital. INASGOC mencatat, dikatakan oleh Danny, akan ada 18 *broadcaster* dari berbagai negara Asia dan tayangan *livestreaming* di berbagai channel di Eropa, Amerika, dan Australia. Danny menyebut penonton Asian Games 2018 ini tentu saja didominasi oleh 45 negara peserta yang mengirimkan delegasinya ke Indonesia. Ia menjelaskan, ada empat objek utama yang akan jadi pusat perhatian selama Asian Games 2018 ini. Pertama adalah kemeriahan pesta pembukaan di Stadion Utama Gelora Bung Karno (GBK) Senayan Jakarta. Pesta pembukaan yang akan dimeriahkan dengan penampilan puluhan artis ternama dan pemeragaan budaya kolosal Indonesia dan negara-negara peserta. Kedua, adalah rangkaian pertandingan dari 40 cabang olahraga meliputi 465 nomor pertandingan. Ketiga, lanjutnya adalah rangkaian festival seni dan budaya. Terakhir adalah kemeriahan pesta penutupan yang kembali dilaksanakan di GBK. Ia mengajak semua masyarakat untuk menonton Asian Games 2018. (Fachri & Yuwanto, 2018)

Penyelenggaraan Asian Games XVIII yang kali ini akan di gelar di Jakarta dan Palembang sebenarnya bukan hanya sebuah kegiatan olahraga yang berkelas internasional, akan tetapi juga sebagai ajang dari promosi perdagangan dan pariwisata Indonesia. Seperti yang dikatakan oleh Presiden melalui Kepala Staf Kepresidenan, Teten Masduki dimana dalam hari peluncuran maskot dan logo yang baru dimana ia mengatakan bahwa *nation branding* menjadi bagian yang penting, karena tidak akan mungkin mengundang orang-orang asing yang akan datang ke sebuah negara dengan kesan negara yang dimiliki tersebut buruk, seperti dengan adanya kerusuhan, penampilan yang buruk/kumuh, ataupun korupsi. Ditegaskan kembali bahwa diplomasi dari Indonesia saat ini ialah berfokus pada diplomasi dagang, dimana negara harus terus mempromosikan Indonesia sebagai negara tujuan investasi untuk menyerap lapangan kerja dan mengurangi pengangguran.(KSP, 2016)

Indonesia dalam pelaksanaan bidding tuan rumah Asian Games 2018 pada awalnya telah kalah dari Vietnam dengan mengajukan Hanoi sebagai kota perwakilan. Indonesia mengajukan Kota Surabaya sebagai tuan rumah, Indonesia lalu disingkirkan oleh Vietnam. Namun kekhawatiran negara yang pernah porak-poranda akibat perang itu dimulai pada bulan Maret 2014 dimana kemudian Vietnam mengundurkan diri dikarenakan estimasi biaya yang membengkak dari 150 juta Dollar Amerika menjadi 240 juta Dollar Amerika. Serta adanya gejolak ekonomi dalam negeri kurang baik dan kurangnya fasilitas olahraga yang memadai serta ditambah tidak didukung oleh masyarakatnya sendiri. Pada tanggal 17 April 2014 Perdana Menteri Vietnam Nguyen Tan Dueng resmi menarik Hanoi dari tuan rumah Asian Games 2018. Indonesia kemudian mengajukan kembali diri menjadi tuan rumah pengganti. Selanjutnya, OCA mengumumkan Indonesia, Tiongkok dan United Emirat Arab menjadi kandidat pengganti tuan rumah Asian Games XVII. (Fauzi & Agam, 2018)

Pada 5 Mei 2014 *Olympic Council of Asia* (OCA) memulai kunjungan ke beberapa kota di Indonesia, diantaranya yaitu Jakarta, Surabaya, Palembang, dan Bandung. Surabaya yang rencana awal ditawarkan menjadi tuan rumah perwakilan dari Indonesia mengundurkan diri dikarenakan ingin fokus dalam mempersiapkan penyelenggaraan *Asian Youth Games 2014* mendatang. Pada 25 Juli 2014 OCA resmi menunjuk kota Jakarta dan Palembang sebagai tuan rumah penyelenggara Asian Games

XVIII 2018. OCA telah menyetujui Indonesia menjadi tuan rumah dari Asian Games XVIII 2018, hal ini dinyatakan oleh Presiden OCA Sheikh Ahmad Al-Fahad dalam rapat yang dilakukan berlokasi di Incheon, Korea Selatan pada Jumat (19 September 2014). Yang mana setelah disetujui, Indonesia lalu disahkan oleh OCA bertempat di lokasi yang sama keesokan harinya pada Sabtu (20/9/2014) sebagai tuan rumah dari Asian Games 2018. (Kompas, 2014)

Dengan telah resmi terpilihnya Indonesia sebagai tuan rumah penyelenggaraan kegiatan Asian Games 2018, diharuskan menunjukkan performa yang siap dan dengan totalitas yang tinggi dari semua aspek, baik dari para atlet yang akan bertanding, sarana-prasrana, sampai aspek persiapan pariwisata selama acara olahraga terbesar di Asia. Sejak awal persiapan terus digenjot, termasuk kesiapan dari atlet dan sarana prasarana. INASGOC yang menggelar rapat terbatas dengan Presiden, mengatakan persiapan Asian Games harus 100 persen. Yang ditekankan antara lain sarana olahraga dan pendukungnya, termasuk kampung atlet, jadwal perjalanan, serta kesiapan pemandu acara. (BIN, 2018)

Asian Games 2018 dalam pertama kali dalam sejarahnya akan diadakan di dua lokasi kota berbeda yaitu Jakarta dan Palembang, juga ini adalah menjadi kali kedua bagi Indonesia untuk menjadi tuan rumah pesta olahraga terbesar di Asia sejak 56 tahun yang lalu, yaitu pada 1962. Dengan memiliki perbedaan dengan yang sebelumnya yaitu pada saat itu hanya diikuti 1.460 atlet berasal dari 17 negara dengan memperebutkan medali dari 15 cabang olahraga. Sedangkan pada tahun 2018 berdasarkan data yang didapat dari INASGOC jumlah atlet dan official peserta Asian Games sebanyak 16.000 orang dari 45 negara dimana memperebutkan medali dari lebih 42 cabang olahraga.

Tahun 1962, yaitu pada penyelenggaraan Asian Games yang saat itu dilaksanakan di Jakarta menjadi keberhasilan terbaik Indonesia selama keikutsertaannya dalam Asian Games. Dimana Indonesia sukses menjadi *runner-up* dengan total medali yang di dapat 77 medali, meliputi emas 21, perak 26, dan perunggu 30. Indonesia juga beberapa kali mampu masuk dalam lima negara peraih total medali terbanyak. Pada Asian Games VI yang diselenggarakan di Bangkok tahun 1970 Indonesia juga berhasil meraih peringkat keempat dari 18 negara yang berpartisipasi. Dari 15 cabang olahraga, Indonesia berhasil mengumpulkan medali sebanyak 23 buah, meliputi 2 emas, 5 perak, dan 17 perunggu.

Pada Asian Games VII di Teheran, Iran tahun 1974 Indonesia mampu bertahan di peringkat 5 dengan perolehan total 11 medali. Pada penyelenggaraan seterusnya, Indonesia selalu mampu bertahan di urutan 10 besar dengan peraih medali terbanyak. (Era Indonesia, 2018)

Setelah Indonesia telah resmi terpilih menjadi tuan rumah Asian Games 2018 banyak dari media massa yang ingin memberitakan kabar gembira tersebut. Tidak hanya dari media massa Indonesia saja tetapi antusiasme juga datang dari media massa internasional untuk turut ikut menyambut dan memberitakan juga memberikan komentarnya tentang Indonesia dalam menjadi tuan rumah dan mempersiapkan yang berkaitan dengan ajang olahraga terbesar se-Asia tersebut. Banyaknya komentar dari media massa tidak hanya akan diliput dari sisi positif Indonesia dalam menjadi tuan rumah dan dalam penyelenggaraan saja, tetapi juga tidak dapat dihindari ada beberapa yang juga akan memberitakan Indonesia dari sisi yang kurang baik dimana hal itu dapat berdampak pada nama Indonesia dalam berita tersebut yang menjadi buruk di mata dunia internasional sendiri.

Diawali dengan pembukaan Asian Games 2018 dimana menjadi salah satu yang menjadi sorotan dunia dan juga menjadi pemberitaan ramai di dunia internasional. Adanya aksi tersebut dari Presiden RI, Joko Widodo dimana ia mengendarai motor gede dalam pembukaan pesta olahraga terbesar di Asia tersebut. Terlihat pada acara pembukaan tersebut Presiden Jokowi mengendarai moped dari Yamaha FZI yang biasa ditumpangi oleh paspampres, dimana ia juga mengenakan helm hitam dan tetap memakai jas formal saat menaikinya. Dengan alasan kondisi jalan yang macet dalam video tersebut, akhirnya ia memutuskan untuk terus naik motor tersebut hingga menuju lokasi pembukaan Asian Games 2018 di StadionGBK, Jakarta. Tidak terkecuali salah satu media asal Korea Selatan tidak mau ketinggalan memberikan pemberitaan dimana dengan *headline* yang sudah diterjemahkan menjadi 'Presiden Indonesia Datang Menggunakan Sepeda Motor dan Hadir di Pembukaan Asian Games'. Mereka juga menambahkan sejumlah cuplikan gambar Jokowi yang sedang mengendarai yang ditampilkan di video seremoni pembukaan tersebut. (Insight, 2018)

Sanjungan diberikan pada Indonesia sejak pembukaan, selama penyelenggaraan, sampai penutupan. Indonesia dianggap berhasil juga sukses dalam menjadi tuan rumah Asian Games XVIII. Dengan kesuksesan yang direngkuh oleh Indonesia banyak media yang memuji melalui pemberitaannya. Seperti The New York Time dimana salah satu media besar AS tersebut menyebut dalam beritanya yang berjudul *Asian Games close: Indonesia Shows It's Energy of Asia*, media ini menyebut upacara pembukaan pada 18 Agustus tersebut melibakan koreografi yang sangat kompleks dimana menunjukkan bagaimana kapasitas Indonesia yang mampu menunjukkan 'Energy of Asia' yang diusung dalam penyelenggaraan Asian Games. Meskipun pada upacara penutupannya para atler harus mengakhiri dengan bernyanyi dan menari di bawah guyuran hujan.

Media dari negara peserta juga ikut memberitakan kesuksesan Indonesia menjadi tuan rumah seperti dari China Morning Post dimana mereka memuji bagaimana Indonesia telah memperlihatkan sebuah penyelenggaraan yang berkelas dunia, meski masih terdapat beberap masalah yang masih harus diperbaiki. Mereka juga memuji para relawan dengan jumlah kurang lebih 30.000 yang berasal dari pemuda pemudi penjujur Tanah Air dimana mereka turut ikut bkerja keras mensukseskan gelaran Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang. Dengan pencapaian ini, tuan rumah selanjurnya yaitu Hangzhou dan Tokyo pada Asian Games 2022 dan 2026 disebut harus mempersiapkan segalanya lebih baik dengan melibatkan sosok-sosok kreatif dan artistic untuk bisa mengalahkan Jakarta. (Tribun News, 2018)

1.2 Rumusan Masalah

Dengan berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, memunculkan pertanyaan mengenai diplomasi publik yang dapat digunakan oleh Indonesia dalam membangun citra. Maka penulis memiliki rumusan masalah yaitu **Bagaimana Diplomasi Publik Indonesia Dalam Meningkatkan Nation Branding Melalui Penyelenggaraan Asian Games Jakarta – Palembang?**

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan

Berdasarkan pokok permasalahan yang diajukan, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Diplomasi Publik yang dilakukan Indonesia dalam memanfaatkan momentum penyelenggaraan Asian Games 2018 dalam meningkatkan *Nation Branding* Indonesia dan melihat bagaimana *image* Indonesia dimata internasional sebelum dan sesudah penyelenggaraan *event* Asian Games 2018.

a. Manfaat

Manfaat yang dapat digali melalui penulisan ini yang memiliki 2 segi teoritis dan praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi yang membacanya dan dapat bermanfaat sebagai bahan acuan atau referensi dalam meneliti lebih lanjut dalam hal-hal yang bersangkutan dibidang Hubungan Internasional, terutama Diplomasi Publik dan *Nation Branding*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan bermanfaat untk bahan kajian bagi masyarakat luas maupun internasional dalam strategi pemanfaatan kegiatan internasional yang dapat mempengaruhi *image* di suatu daerah tertentu ataupun negara, terutama di Indonesia.

1.4 Sistematika Pembahasan

Untuk memahami alur penelitian pada penelitian ini, maka tulisan ini akan dibagi menjadi bagian-bagian yang terdiri dari bab dan subbab. Penelitian ini akan dibagi menjadi 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bagian pembuka dari penelitian ini dan menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II membahas mengenai literature review, kerangka pemikiran yang menyangkut dengan teori dan konsep, alur pemikiran, dan juga asumsi atau hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis dari penelitian yang akan digunakan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan juga waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV CITRA NEGARA INDONESIA DI MATA DUNIA INTERNASIONAL

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai citra indonesia di mata dunia internasional. Selain itu, bab ini juga akan menjelaskan penyelenggaraan Asian Games 2018 mulaidari *bidding* hingga program dari Asian Games. Bagian ini berfungsi untuk memahami latar belakang penyelenggaraan dan bagaimana Indonesia dalam merancang pelaksanaan kegiatan tersebut.

BAB V ANALISIS PEMANFAATAN PENYELENGGARAAN ASIAN GAMES 2018 DALAM MENINGKATKAN CITRA INDONESIA

Pada bab ini akan berisi tentang analisa penulis mengenai penggunaan Asian Gmes 2018 sebagai diplomasi untuk *Nation Branding* Indonesia dengan melihat peran dari Asian Games tersebut dan signifkasi *Nation Branding* dari peran tersebut.

BAB VI PENUTUP

Bab ini akan berisi mengenai kesimpulan dari penulis yang telah dijabarkan dalam bab-bab sebelumnya. Diharapkan dalam bab ini dapat ditarik suatu pembelajaran yang relevan untuk Indonesia kedepannya. dan juga saran untuk memperbaiki tulisan ini.