



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT No. 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Upaya Diplomasi Publik Rusia
Melalui Piala Dunia *Fédération Internationale de Football*
Association (FIFA) 2018
Untuk Mendukung Perbaikan Citra Negara

Oleh:

Maria Putri Adianti

2016330037

Pembimbing

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT No. 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Upaya Diplomasi Publik Rusia
Melalui Piala Dunia *Fédération Internationale de Football*
Association (FIFA) 2018
Untuk Mendukung Perbaikan Citra Negara

Oleh:

Maria Putri Adianti

2016330037

Pembimbing

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Maria Putri Adianti
Nomor Pokok : 2016330037
Judul : Upaya Diplomasi Publik Rusia Melalui Piala Dunia *Federation Internationale de Football Association* (FIFA) 2018 untuk Mendukung Perbaikan Citra Negara

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 16 Juni 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Ratih Indraswari, S.IP., MA

: 

Sekretaris
Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

: 

Anggota
Dr. Atom Ginting Munthe

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Maria Putri Adianti

NPM : 2016330037

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Upaya Diplomasi Publik Rusia Melalui Piala Dunia *Fédération Internationale de Football Association (FIFA)* 2018 Untuk Mendukung Perbaikan Citra Negara

Dengan ini menyatakan bahwa rancangan penelitian ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 19 Juni 2020



Maria Putri Adianti

ABSTRAK

Nama : Maria Putri Adianti

NPM : 2016330037

Judul Skripsi : Upaya Diplomasi Publik Rusia Melalui Piala Dunia *Federation International Football Association* (FIFA) 2018 untuk Mendukung Perbaikan Citra Negara

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh upaya Rusia sebagai Tuan Rumah ajang Piala Dunia sepakbola *FIFA* tahun 2018, yang menjadi upaya Rusia dalam memperbaiki citranya. Sebelumnya Rusia memiliki citra yang buruk di masyarakat asing dengan adanya isu kriminal, rasisme, dan ketidakmaksimalannya dalam penyelenggaraan Olimpiade Sochi tahun 2014, yang mana terdapat beberapa komponen diplomasi publik yang tidak berjalan dengan maksimal. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, maka dibuat pertanyaan penelitian yaitu “Bagaimana Piala Dunia FIFA 2018 digunakan Rusia untuk mendukung upaya memperbaiki citra negaranya?” Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, penulis menggunakan teori diplomasi publik baru dari Eytan Gilboa. Penulis menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data studi literatur. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa Piala Dunia FIFA Rusia 2018 digunakan oleh Rusia untuk mendukung memperbaiki citra negaranya, yang dilakukan dengan meliputi enam komponen diplomasi publik yaitu advokasi dan penyiaran internasional sebagai upaya yang reaktif, hubungan masyarakat sebagai upaya proaktif, serta komponen diplomasi budaya, pertukaran masyarakat, dan *nation-branding* sebagai upaya yang berpengaruh jangka panjang bagi Rusia. Pada akhirnya, semua komponen tersebut dilakukan Rusia dengan maksimal, sehingga mampu memperbaiki citra Rusia di masyarakat internasional.

Kata kunci: Rusia, Piala Dunia, *FIFA*, Diplomasi Publik, Citra Negara

ABSTRACT

Name : Maria Putri Adianti

Student Number : 2016330037

Thesis Title : *Russian Public Diplomacy Efforts through the 2018 Federation Internationale de Football Association (FIFA) to Support the Improvement of Country's Image*

This research is motivated by Russia's efforts to host the 2018 FIFA Football World Cup, which became Russia's efforts to improve its image. Previously, Russia had a bad image in foreign societies due to criminal issues, racism, and its inaccuracies in the holding of the 2014 Sochi Olympics, where there were several components of public diplomacy that did not run optimally. Based on the background and identification of the problem, a research question was made, "How was the 2018 FIFA World Cup used by Russia to support efforts to improve the country's image?" To answer these research questions, the authors use the new public diplomacy theory from Eytan Gilboa. The author uses qualitative methods with literature study data collection techniques. Based on the research conducted, the researchers concluded that the 2018 FIFA World Cup Russia was used by Russia to support the improvement of the country's image, which was carried out by covering six components of public diplomacy, namely international advocacy and broadcasting as a reactive effort, public relations as a proactive effort, and the component of diplomacy culture, community exchange, and nation-branding as long-term influential efforts for Russia. In the end, all of these components were carried out by Russia to the maximum, so as to improve Russia's image in the international community.

Keywords: Russia, World Cup, FIFA, Public Diplomacy, Country's Image.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian akhir dengan judul **“Upaya Diplomasi Publik Rusia Melalui Piala Dunia *Fédération Internationale de Football Association (FIFA)* 2018 untuk Mendukung Perbaikan Citra Negara”**.

Pada penelitian akhir ini, penulis telah berusaha mendeskripsikan secara memadai mengenai upaya-upaya diplomasi publik Rusia dalam memperbaiki citranya melalui ajang Piala Dunia FIFA yang diselenggarakan pada tahun 2018. Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat berkontribusi terhadap studi Ilmu Hubungan Internasional, khususnya studi diplomasi publik suatu negara. Selain itu, penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi persyaratan akademik yang wajib dipenuhi dalam menempuh Program Strata-1 Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa penelitian akhir ini masih belum sempurna dan memiliki kekurangan atau kelemahan dalam mengkaji permasalahan secara memadai dan komprehensif. Oleh karena itu, penulis terbuka akan saran, kritik, ataupun rekomendasi yang berupaya melengkapi penelitian akhir ini. Dengan demikian, penelitian akhir ini mampu menjadi penelitian yang sempurna disebabkan oleh kontribusi dari pihak-pihak terkait.

Bandung, 9 Mei 2020

Penulis

Maria Putri Adianti

Ucapan Terima Kasih

Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis selama menjalankan studi sampai dengan penyelesaian penelitian ini.

Kepada Keluarga Tercinta:

Bapak Lukas Supriadi, Ibu Yohana Regis Suningsih selaku orang tua penulis dan kakak penulis F.X. Praba Agung Mustika dan adik sepupu Rissa Aprillia yang selalu mendoakan, mendukung dan memberi kepercayaan diri kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

Kepada Mba Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol., selaku dosen pembimbing penulis yang selalu menuntun, memberikan arahan dan motivasi dalam penelitian yang dirancang oleh penulis. Terima kasih banyak sebesar-besarnya atas kesediaan waktu dan kesempatannya untuk membimbing penulis selama satu semester ini.

Seluruh Tenaga Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terutama para pengajar di Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan yang dapat berguna bagi masa depan penulis.

Kepada Para Sahabat Dekat yang Terkasih:

Nabila Ulfah, Nabila Adiwasono, Yustika Natalia, Cynthia Tanudjaja, dan Satrio Rahargian yang selalu setia memberikan dukungan dalam hal apapun kepada penulis. Selalu setia mendengarkan keluh kesah dan tawa bahagia bahagia penulis,

dan tidak pernah lelah memberikan dukungan yang selalu membangkitkan semangat untuk penulis, khususnya dalam pengerjaan skripsi ini.

Kepada Tim Anconda Futsal Putri Unpar:

Khususnya Shania, Feby, Felicia, dan Ghirza yang merupakan teman seangkatan seperjuangan selama latihan, pertandingan, dan belajar selama empat tahun kuliah. Para pelatih andalan Ka Danny, Ka Wesley, dan Ka Minch, serta junior kapten tersayang Maura Iskandar, dan semua junior serta senior dalam keluarga Anaconda yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis baik dalam studi maupun dalam pertandingan dan latihan futsal, sehingga penulis mampu memperoleh penghargaan Mahasiswa Berprestasi dan sebagai *student athlete*.

Kepada Teman-Teman Delegasi *Republic of Turkey*:

Grandi, Tella, Vena, Atika, Nabila, Yustika, Evelyn, Via, Keke, dan Lilis yang telah memberikan motivasi dan menjadi panutan penulis selama persiapan Praktik Diplomasi dan penulisan skripsi, sehingga penulis menjadi termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Para Sahabat Dekat di Luar Indonesia:

Khususnya Alexandra Korsch, Aleksander Evans, Katerina Gribkova, Anya Chan, Arian Begovic, Sean Lalor, Rasy Bayu, Anton, Daniel Jaffar, Cansu Unluer, dan Giuseppe Netti yang selalu setia mendengarkan keluh kesah dan cerita bahagia penulis, dan memberikan motivasi untuk penulis terutama dalam menyelesaikan skripsi ini, walaupun terbentang oleh jarak dan waktu.

Kepada Keluarga Diskus Café and Bites:

Khususnya Ka Jeannette, Ray Chandra, Rifki, Ka Fani, Luthfi, Aldo, dan Ko Tobias, yang selalu memberikan hiburan dan motivasi untuk penulis disaat penulis mulai jenuh dan penat.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
Ucapan Terima Kasih.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GRAFIK.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR SINGKATAN.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.2.1. Pembatasan Masalah.....	14
1.2.2. Perumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	16
1.4. Kajian Literatur.....	16
1.5. Kerangka Pemikiran.....	19
1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	23
1.6.1. Metode Penelitian.....	23
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.7. Sistematika Pembahasan.....	24
BAB II: Kebijakan Diplomasi Publik Rusia dan Keterlibatannya dalam Ajang Internasional.....	26
2.1. Perkembangan Diplomasi Publik Rusia.....	26
2.2. Kebijakan Luar Negeri Rusia Terkait Diplomasi Publik.....	31
2.3. Diplomasi Publik Rusia Melalui Ajang Besar Internasional.....	38
BAB III: Piala Dunia FIFA Rusia 2018 sebagai Upaya Diplomasi Publik Rusia dalam Memperbaiki Citra Negara.....	46
3.1. Profil Piala Dunia FIFA.....	47
3.2. Rusia Sebagai Tuan Rumah Piala Dunia FIFA 2018.....	51
3.2.1. Rusia Saat Menjadi Calon Tuan Rumah Piala Dunia FIFA 2018....	52
3.2.2. Persiapan Rusia Menjadi Tuan Rumah Piala Dunia FIFA 2018....	60
3.2.3. Pelaksanaan Piala Dunia FIFA Rusia 2018.....	70
3.3. Piala Dunia FIFA Rusia 2018 sebagai Upaya Diplomasi Publik Rusia	73
3.3.1. Upaya Advokasi dan Penyiaran Internasional Rusia dalam Piala Dunia FIFA 2018	74

3.3.2. Hubungan Rusia dengan Masyarakat Asing dalam Piala Dunia FIFA 2018	82
3.3.3. Diplomasi Budaya, Pertukaran Masyarakat, dan <i>Nation-Branding</i> Rusia dalam Penyelenggaraan Ajang Piala Dunia FIFA Rusia 2018.....	84
3.4. Opini Publik yang Terbentuk Terhadap Rusia dalam Penyelenggaraan Ajang Piala Dunia FIFA Rusia 2018.....	87
BAB 4: Kesimpulan.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	97

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.161
Grafik 3.277
Grafik 3.388

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.....63
Gambar 3.2.....80
Gambar 3.3.....90
Gambar 3.4.....91

DAFTAR SINGKATAN

FIFA	<i>Fédération Internationale de Football Association</i>
UNESCO <i>Organization</i>	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural</i>
AS	Amerika Serikat
USIA	<i>United States Information Agency</i>
CSTO	<i>Collective Security Treaty Organization</i>
PBB	Persatuan Bangsa- Bangsa
<i>Russkiy Mir</i>	<i>Russian World Foundation</i>
<i>Rossotrudnichestvo</i> <i>Living Abroad and International Humanitarian Cooperation</i>	<i>The Federal Agency for CIS Affairs, Compatriots</i>
VOKS <i>Foreign Countries</i>	<i>The All-Union Society for Cultural Relations with</i>
SSOD	<i>The Union of Soviet Societies for Friendship</i>
CIS Persemakmuran Negara-negara Merdeka	<i>Commonwealth of Independent States /</i>
RT	<i>Russia Today</i>
LSM	Lembaga Swadaya Masyarakat
LGBT	<i>Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender</i>
VAR	<i>Video Assistant Referee</i>
LOC	<i>Local Organizing Committee</i>
MCC	<i>Moscow Central Circles</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Diplomasi publik ditujukan untuk membangun reputasi suatu negara di masyarakat Internasional. Melalui diplomasi publik negara dapat menanamkan atau membangun suatu opini publik negara tersebut terhadap negara lainnya, meliputi interaksi yang dilakukan diluar kerangka kerja pemerintahan. Namun hal tersebut dilakukan untuk mewujudkan kebijakan luar negeri negara tersebut.¹ Diplomasi publik bukan merupakan suatu hal yang terjadi di suatu masa saja, melainkan merupakan hal yang terjadi tanpa henti.

Diplomasi publik terjadi secara berkelanjutan, dimana suatu negara harus memperbarui struktur, alat-alat, dan konten diplomasi publiknya. Negara tradisional biasanya menjalankan diplomasi publik dengan brosur, film pendek, film layar lebar, dan mempromosikan negaranya dengan karakteristik dan simbol-simbol tertentu agar dikenal oleh masyarakat internasional.² Karakteristik dari materi promosi tersebut tidak ditujukan pada kelompok-kelompok tertentu melainkan untuk cakupan yang lebih luas, bersifat apolitis, dan merupakan sebuah instrumen yang baik untuk meningkatkan

¹ Arif ÖZSARI, dkk, “*Sport Diplomacy as Public Diplomacy Element*”, *International Journal of Science Culture and Sport*, September 2018, ISSN: 2148-1148, hal: 2, diakses pada 14 Maret 2019, http://www.iscsjournal.com/Makaleler/1100620089_6c3s_8.pdf

² Gonesh, A. dan Melissen J, “*Public Diplomacy: Improving Practice*”, *Netherlands Institute of International Relations Clingendael*, Clingendael Diplomacy Papers No. 5, diakses pada 29 Januari 2020, hal 3. https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20051000_cdsp_paper_diplomacy_5_gonesh_melissen.pdf.

kesadaran mengenai sebuah negara, yang dapat membantu untuk meningkatkan pengenalan dan visibilitas nama, namun tidak mengeluarkan pesan spesifik tertentu suatu negara.³

Diplomasi publik memiliki berbagai tujuan berbeda. Alasan utamanya yaitu untuk membantu meningkatkan perekonomian suatu negara, akan tetapi diplomasi publik juga memiliki tujuan lainnya yaitu untuk membangun identitas nasional, untuk menangani masalah jangka pendek atau untuk mendukung tujuan jangka panjang dalam kebijakan luar negeri.⁴ Namun beberapa negara menggunakan diplomasi publik karena ingin menghilangkan citra khas yang terkait dengan masa lalu negara tersebut atau melihat diplomasi publik benar-benar sebagai tambahan untuk strategi *branding* negara tersebut. Kekuatan utama diplomasi publik tidak terlalu berpengaruh banyak pada tujuan dari kebijakan luar negeri secara jangka pendek, melainkan lebih berpengaruh di lingkungan tempat terbentuknya pendapat dan sikap masyarakat.⁵

Diplomasi publik sangat lebih efektif, dan lebih bertahan lama, ketika hal tersebut terkait dengan nilai-nilai dan kepentingan nasional yang luas dibandingkan dengan pencapaian tujuan kebijakan luar negeri jangka pendek.⁶ Usaha pemerintah

³ Gonesh, A. dan Melissen J, “*Public Diplomacy: Improving Practice*”, *Netherlands Institute of International Relations Clingendael*, Clingendael Diplomacy Papers No. 5, diakses pada 29 Januari 2020, hal 3.
https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20051000_cdsp_paper_diplomacy_5_gonesh_melissen.pdf.

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*, hal 5.

untuk mempromosikan citra nasional negaranya juga dilakukan dengan cara menjadi tuan rumah acara besar (*Mega-Events*) seperti Olimpiade, Piala Dunia FIFA, dan *World Expo* karena mampu mengumpulkan perhatian global. Selain itu, dalam nada yang sama, upaya pemerintah untuk mendapatkan pengakuan UNESCO pada monumen alam dan bersejarah serta warisan budayanya dapat dianggap sebagai strategi untuk meningkatkan citra negara.⁷ Bagi negara-negara besar seperti Amerika Serikat, Cina, dan Korea Selatan, walaupun negara-negara tersebut sudah memiliki kapabilitas yang cukup atau bahkan sangat besar dalam melakukan diplomasi tradisional melalui *hard power*. Akan tetapi, negara-negara besar tersebut juga memiliki perhatian yang sangat besar terhadap strategi diplomasi publik yang dilakukan oleh negara tersebut.

Seperti Amerika Serikat, menurut *United States Information Agency* (USIA), yang merupakan badan yang bertanggung jawab akan diplomasi publik Amerika Serikat, mendefinisikan diplomasi publik adalah sebagai suatu usaha untuk mempromosikan kepentingan nasional dan keamanan nasional Amerika Serikat melalui pemahaman, informasi, dan mempengaruhi masyarakat asing, serta memperluas dialog antara warga negara Amerika dan lembaga-lembaga Amerika Serikat di luar negeri.⁸ Dalam pengalamannya, AS telah lama berusaha mempengaruhi masyarakat asing melalui diplomasi publik. Berawal dari setelah perang dunia kedua,

⁷ Atsushi Tago, "*Public Diplomacy and Foreign Policy*", *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, Juli 2017, hal: 7-8.

⁸ Kennon H. dan Matthew C. Weed, "*U.S Public Diplomacy: Background and Current Issues*", Congressional Research Service, Desember 2009, diakses pada 6 Februari 2020 hal. 1 <https://fas.org/sgp/crs/row/R40989.pdf>

kemudian dilanjutkan setelah adanya perang dingin, sampai dengan adanya peristiwa 9/11 dan terus berjalan sampai dengan saat ini.⁹

Pada awalnya, AS hanya melakukan aktivitas komunikasi pada tangan masyarakat. Kemudian dilanjutkan setelah perang dingin, AS mendirikan *the United States Information Agency* (USIA) yang ditujukan untuk melawan tindakan propaganda yang dilakukan oleh Soviet dan melawan adanya persebaran komunisme. Namun ketika Soviet runtuh pada tahun 1991, peran USIA sudah mulai berkurang kemudian mengalami reorganisasi yang membuat tanggung jawab mengenai diplomasi publik diserahkan kepada badan negara. Seiring dengan beragam peristiwa yang melibatkan AS, maka membuat AS memperoleh beragam tantangan dalam menjalankan diplomasi publiknya karena hal tersebut mempengaruhi masa depan komunikasi pemerintahan AS dengan masyarakat asing. Menentukan peran, tanggung jawab, dan prosedur koordinasi diplomasi publik di antara masyarakat sipil dan aktor militer telah menjadi isu utama.¹⁰ Untungnya dengan adanya evolusi komunikasi yang meningkat dengan cepat, maka hal tersebut dapat digunakan oleh pemerintahan AS untuk menentukan bagaimana komunikasi dengan masyarakat internasional dapat berjalan secara efektif dan dapat menciptakan lingkungan komunikasi global yang

⁹ Kennon H. dan Matthew C. Weed, “*U.S Public Diplomacy: Background and Current Issues*”, Congressional Research Service, Desember 2009, diakses pada 6 Februari 2020 hal. 1 <https://fas.org/sgp/crs/row/R40989.pdf>

¹⁰ *Ibid.*

kompleks, mudah diakses, dan demokratis contohnya dengan melalui film dan kesenian lainnya.¹¹

Tidak hanya Amerika Serikat, Korea Selatan juga cukup serius dalam menjalankan aktivitas diplomasi publiknya. Secara tradisional masyarakat internasional tidak sepenuhnya menyadari keberadaan Korea Selatan. Dengan jejak perangnya, Korea Selatan memiliki pandangan dalam masyarakat internasional dengan citra yang kurang baik, dan sempat dikenal sebagai salah satu negara paling miskin di negara-negara Asia yang terjebak dalam perang saudara yang diakibatkan oleh perang dingin antara AS dan Uni Soviet. Meskipun Korea Selatan dikenal sebagai salah satu dari 'Empat Naga Asia' dikarenakan perkembangannya yang cepat, namun hal tersebut tidak membuat citra Korea Selatan dapat membaik dengan cepat juga di masyarakat internasional. Kemudian munculnya *Korean Wave (Hallyu)* telah mencuri perhatian dunia, dan menjadi sumber daya *soft power* tersendiri bagi Korea Selatan. Melalui media, dan kesenian Korea Selatan tersebut seperti K-Pop, drama Korea, dan semua media hiburannya, Korea Selatan juga dapat meningkatkan pendapatan ekonominya melalui strategi ini.¹² *Korean Wave* bukan merupakan hal satu-satunya

¹¹ Kennon H. dan Matthew C. Weed, "U.S Public Diplomacy: Background and Current Issues", Congressional Research Service, Desember 2009, diakses pada 6 Februari 2020 hal. 1 <https://fas.org/sgp/crs/row/R40989.pdf>

¹² Kwang Jin Choi, "The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status", USC Center on Public Diplomacy, Paper 1, diakses pada 2 Februari 2019, hal: 18 https://www.usepublicdiplomacy.org/sites/usepublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%20of%20Korea%27s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf

yang membuat Korea Selatan dikenal baik di dunia. Namun keterlibatan Korea Selatan dalam organisasi serta ajang internasional juga telah meningkatkan citranya.¹³

Selain Amerika dan Korea Selatan, pada tahun 2003 Cina juga mulai terpengaruh untuk berpartisipasi aktif dalam aktivitas politik, ekonomi, dan keamanan baik dalam regional maupun dalam tingkat global, termasuk dalam melakukan diplomasi publik. Secara tradisional, Cina menggunakan istilah yang berkaitan dengan konsep Barat mengenai diplomasi publik. Yang pertama yaitu propaganda eksternal yang mengarah untuk meningkatkan kesadaran global akan pencapaian masyarakat Cina dan pembentukan citra baru Cina di masyarakat internasional. Yang kedua yaitu *people-to-people diplomacy*, yang menekankan pada pentingnya partisipasi masyarakat dalam urusan luar negeri. Urusan luar negeri yang dimaksud adalah praktik diplomasi, namun yang melakukan adalah masyarakat bukan hanya elit negara saja. Cina juga menggunakan media sebagai salah satu instrumen Cina dalam melakukan diplomasi publik.¹⁴

Sejak tahun 2003, Cina mulai aktif dalam ajang-ajang internasional seperti *Public Open Day* dan *The Lanting Conference*, dan sangat proaktif dalam berbagai forum media sosial seperti *Weibo* dan *Weixin*.¹⁵ Cina juga menjadi tuan rumah dalam

¹³ Kwang Jin Choi, “*The Republic of Korea’s Public Diplomacy Strategy: History and Current Status*”, USC Center on Public Diplomacy, Paper 1, diakses pada 2 Februari 2019, hal: 18 https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%20of%20Korea%27s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf

¹⁴ Kejin Zhao, *The Motivation Behind China’s Public Diplomacy*, *The Chinese Journal of International Politics*. 8. 10.1093/cjip/pov005.

¹⁵ *Ibid.*

ajang *Beijing Olympic Games, the Shanghai Expo, dan the Guangzhou Asia Games*, dan pemerintah Cina akan memperbesar pengeluaran dana dengan tujuan untuk melancarkan aktivitas diplomasi publik tersebut.¹⁶ Cina memiliki reputasi buruk akan epidemik SARS yang ada di negaranya, akan tetapi, pergantian pemimpin yang dilakukan oleh Cina telah menghasilkan pencitraan yang berbeda terhadap Cina. Pemimpin Cina baik Xi Jinping dan Li Keqiang memiliki tujuan diplomasi untuk meningkatkan reputasi global Cina, dimana hal tersebut dapat meningkatkan legitimasi Cina baik di bidang politik dan ekonomi, dan untuk meningkatkan keseimbangan antara keuntungan dan moralitas dengan mendorong lebih banyak aktor sosial untuk terlibat dalam strategi diplomasi publik Cina.¹⁷

Ketika suatu negara mulai melakukan aktivitas diplomasi publik, maka hal tersebut secara tidak langsung telah mempengaruhi negara-negara lain untuk melakukan aktivitas diplomasi publik. Rusia menjadi salah satu negara yang telah terpengaruh untuk melakukan aktivitas diplomasi publik seperti yang dilakukan negara lainnya. Pada dasarnya, Rusia juga merupakan negara yang dikenal dengan kapabilitas diplomasinya melalui *hard power* yang dimilikinya. Maka dari itu, agenda diplomasi yang biasa dilakukan oleh Rusia yaitu cenderung berkaitan dengan bidang militer dan ekonomi.¹⁸ Hal tersebut membuat Rusia lebih sering berkontribusi dalam konflik dan

¹⁶ Kejin Zhao, *The Motivation Behind China's Public Diplomacy*, *The Chinese Journal of International Politics*. 8. 10.1093/cjip/pov005.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Olga Krasnyak, "Review - *Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice*", diakses pada 2 Februari 2020.

krisis internasional seperti Krisis Suriah, Krisis Ukraina, dan berbagai organisasi internasional seperti *Collective Security Treaty Organization (CSTO)* yang sekarang menjadi *Eurasian Economic Union*, dan turut aktif dalam proyek ekonomi di wilayah Asia.¹⁹ Selain itu, Rusia juga bergabung dengan Organisasi Perdagangan Dunia dan menjadi tuan rumah dalam pertemuan G8 di St. Petersburg dengan tujuan untuk meningkatkan prestise Rusia di PBB.²⁰

Berkaca dari negara lainnya, Rusia juga mulai aktif dalam meningkatkan aktivitas diplomasi publiknya. Aktivitas diplomasi publik yang sudah dilakukan Rusia meliputi berbagai program seperti *Russian World Foundation (Russkiy Mir)* yang dibentuk pada tahun 2007, merupakan sebuah usaha pemerintah Rusia untuk memahami dan mendorong perdamaian dunia dengan mendukung, meningkatkan, dan mendorong apresiasi terhadap bahasa dan budaya Rusia. Pemerintah Rusia juga membentuk '*Rossotrudnichestvo*' - *the Federal Agency for CIS Affairs, Compatriots Living Abroad and International Humanitarian Cooperation*, lembaga dibentuk tahun 2008 sebagai organisasi besar Rusia yang memelihara jaringan Pusat Sains dan Budaya Rusia di luar negeri. Lembaga ini mengorganisir program seni dan budaya Rusia di luar negeri.²¹ Tidak berhenti pada program budaya, Rusia juga menjadi tuan rumah

¹⁹ Olga Krasnyak, "*Review - Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice*", diakses pada 2 Februari 2020.

²⁰ Oliver Bollough, "*Putin Wanted the World Cup 2018 and Got It Whatever the Cost*", 30 Mei 2018, diakses pada 2 Februari 2020, <https://www.gq-magazine.co.uk/article/russia-world-cup-2018>

²¹ Yelena Osipova, "*New Russian Public Diplomacy: Conceptualization, Practice and Limitations*", *Russian Public diplomacy*, diakses pada 12 Februari 2020, hal: 24-25, <http://files.isanet.org/ConferenceArchive/d8f26c6d8298478ea6920dfaf0f3aed2.pdf>

dalam ajang besar seperti Piala Dunia FIFA untuk wanita tahun 2006 dan salah satu ajang besar yang paling dikenal yaitu *Winter Olympics* pada tahun 2014 di Sochi. Kemudian, pada tahun 2010 mengajukan diri untuk menjadi tuan rumah ajang Piala Dunia FIFA untuk tahun 2018, kemudian FIFA mengumumkan bahwa Rusia yang terpilih menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA tahun 2018.

1.2 Identifikasi Masalah

Sebelum menyelenggarakan Piala Dunia FIFA 2018, Rusia telah menjadi tuan rumah dalam dua ajang olahraga besar internasional yaitu *Russia Winter Olympics* pada tahun 2014 yang diselenggarakan di kota Sochi dan ajang Piala Dunia Wanita FIFA 2006. Tujuan Putin menjadi tuan rumah ajang tersebut yaitu tidak hanya menunjukkan bahwa Rusia sebagai negara yang kuat, melainkan juga sebagai negara yang beradab.²² Akan tetapi hal tersebut masih menimbulkan beberapa aspek negatif seperti akomodasi seperti hotel yang belum selesai diperbaiki atau dibangun dan juga adanya kontroversi politik terkait Olimpiade di Sochi. Acara tersebut justru menjadi objek boikot oleh berbagai politisi yang mengundurkan diri untuk berpartisipasi dalam acara tersebut. Hal tersebut disebabkan oleh hukum yang melarang “propaganda *gay*” yang diberlakukan di Rusia.²³ “Propaganda *gay*” adalah bentuk gerakan propaganda yang menentang atau

²² Kobierecki, Michał. (2016). Russia and Its International Image: From Sochi Olympic Games to Annexing Crimea. *International Studies. Interdisciplinary Political and Cultural Journal*. 18. 165-186. 10.1515/ipcj-2016-0016.

²³ *Ibid.*

menjatuhkan hak-hak asasi kaum LGBT yang terdapat di Rusia.²⁴ Hal tersebut sangat ditentang oleh pemimpin-pemimpin negara seperti Barrack Obama, David Cameron, atau Angela Merkel. Kemudian hal tersebut mengakibatkan sejumlah pemimpin politik tersebut memutuskan untuk menolak berpartisipasi dalam upacara pembukaan tersebut.²⁵

Pada tahun 2013 sebelum Rusia menyelenggarakan Piala Dunia FIFA 2018, berdasarkan data dari *Pew Research Center* mengenai citra internasional Rusia telah menunjukkan bahwa tidak banyak masyarakat dunia yang memiliki pandangan yang menguntungkan untuk Rusia.²⁶ Hanya Yunani (63%) dan Korea Selatan (53%) saja yang memberikan pandangan yang menguntungkan bagi Rusia dengan jumlah persentase diatas 50%.²⁷ Sementara persentase pandangan dari Benua Amerika hanya sekitar 22%-42%, dan negara-negara lainnya seperti di Timur Tengah dan Asia hanya terdapat sekitar 19%-49% yang memiliki pandangan yang menguntungkan untuk Rusia. Setelah itu, Rusia juga semakin dijauhi oleh publik internasional akibat dari adanya permasalahan dengan Ukraina mengenai masalah aneksasi wilayah Krimea.²⁸

²⁴ Human Right Warch, "No Support: Russia's 'Gay Propaganda' Law Imperils LGBT Youth", HRW.org, 11 Desember 2018, <https://www.hrw.org/report/2018/12/11/no-support/russias-gay-propaganda-law-imperils-lgbt-youth>

²⁵ Kobierecki, Michał. (2016). Russia and Its International Image: From Sochi Olympic Games to Annexing Crimea. *International Studies. Interdisciplinary Political and Cultural Journal*. 18. 165-186. 10.1515/ipcj-2016-0016.

²⁶ Pew Research Center, "Global Views of Russia: International Image of Russia", Pew Global, 1 September 2013, diakses pada 14 Maret 2019, <https://www.pewglobal.org/2013/09/03/global-views-of-russia/>

²⁷ *Ibid.*

²⁸ RL Russia List, "The World Cup in Russia: A Boon for Public Diplomacy; As Richard Arnold Explains, hosting the FIFA World Cup Has Been a PR Coup for Russia, Mostly Living Up to Official

Ketika Rusia terpilih sebagai tuan rumah Piala Dunia FIFA 2018, berbagai keraguan muncul di kalangan masyarakat dunia. Tingkat kriminal yang terjadi di Rusia membuat masyarakat dunia ragu akan jaminan keamanan bagi orang-orang yang nantinya akan berpartisipasi dalam berlangsungnya acara Piala Dunia tersebut, dan ditambah juga dengan kabar dari rivalitas antara pendukung sepakbola Inggris dan Rusia yaitu *Hooligans* dan *Ultras* yang menyebabkan keraguan masyarakat dunia sendiri apakah acara Piala Dunia dapat terselenggara dengan baik.²⁹ Selain itu, adanya anggapan bahwa Rusia juga terkenal sebagai tempat terbaik bagi para mafia, ketakutan akan ancaman teroris yang cukup membahayakan di Rusia dikarenakan posisi Rusia secara geografis cukup berdekatan dengan wilayah basis teroris dan maraknya kriminalitas menyebabkan para teroris yang lebih fleksibel dalam melakukan aktivitasnya, serta maraknya peredaran obat-obat terlarang, semakin menambah reputasi mengenai tindakan kriminal di Rusia tersebut semakin meningkat.³⁰

Isu rasisme juga menjadi salah satu isu penting yang menyebabkan citra Rusia semakin buruk sebelum terselenggaranya Piala Dunia tersebut. Tepat tiga tahun sebelum ajang Piala Dunia 2018 dimulai, isu rasisme masih marak terdengar di Rusia, dimana terjadi penghinaan terhadap pemain klub bola di Rusia berkulit hitam yang

Expectations (Though with Some Caveats), and, At Least So Far, A Popular Success”, Johnson’s Russia List, diakses pada 14 Maret 2019, <http://russialist.org/the-world-cup-in-russia-a-boon-for-public-diplomacy-as-richard-arnold-explains-hosting-the-fifa-world-cup-has-been-a-pr-coup-for-russia-mostly-living-up-to-official-expectations-though-with-some/>

²⁹ OSAC, “Russia 2018 Crime & Safety Report: Moscow”, diakses pada 25 Januari 2019, <https://www.osac.gov/pages/ContentReportDetails.aspx?cid=23502>

³⁰ *Ibid.*

berasal dari Brasil oleh penonton sepakbola Rusia yang menyoraki pemain tersebut.³¹ Keraguan Rusia untuk menjadi tuan rumah Piala Dunia juga muncul akibat adanya kasus mengenai rivalitas dari *Hooligans* yang merupakan pendukung sepakbola Inggris dengan *Ultras* yang merupakan pendukung sepakbola Rusia. Sejak Piala Eropa tahun 2016, hubungan pendukung Rusia dengan Inggris semakin memburuk. Para pendukung tim Rusia beberapa kali menyerang pendukung Inggris, yang tidak hanya terjadi saat kedua tim bertemu di lapangan melainkan pertikaian juga menjalar sampai dengan ke Perancis.³² Maka hal tersebut membuat pendukung Inggris yang harus terpaksa kembali ke negaranya dikarenakan aksi serangan dari pendukung Rusia tersebut.³³ Kejadian tersebut tentunya akan berdampak pada kurangnya kepercayaan akan keamanan Rusia dalam penyelenggaraan ajang internasional. Kemudian muncul Piala Dunia FIFA yang dapat menjadi kesempatan bagi Rusia untuk memperbaiki citranya di masyarakat internasional.

Pada tahun 2010 Rusia mengajukan diri untuk menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2018.³⁴ Piala Dunia FIFA adalah satu ajang olahraga sepakbola terbesar di dunia yang diselenggarakan oleh *the Federation Internationale de Football*

³¹ Sarah Rainsford, "Rasisme masih ada di Rusia, Tuan Rumah Piala Dunia 2018", BBC, diakses pada 25 Januari 2019, https://www.bbc.com/indonesia/olahraga/2015/02/150227_rusia_bola

³² Marco T, "Piala Dunia 2018: Hooligan Inggris Diancam Fans Rusia dan Argentina", 22 Februari 2018, Bola.com, diakses pada 26 Januari 2019, https://www.bola.com/pesta-bola-rusia/read/3310949/piala-dunia-2018-hooligan-inggris-diancam-fans-rusia-dan-argentina?related=dable&utm_expid=.lUwk-WBrSZ-xwU5isVLIHA.1&utm_referrer=

³³ *Ibid.*

³⁴ FIFA Evaluation Group, "2018 FIFA World Cup: Bid Evaluation Report: Russia", FIFA.com, hal: 4, diakses pada 25 Januari 2019, <https://img.fifa.com/image/upload/mjwq4omnm58mcbwzd2pt.pdf>

Association (FIFA). Ajang ini merupakan kompetisi antara tim sepakbola nasional terbaik dari setiap negara yang memobilisasi orang-orang dari semua kontinennya, budaya, etnis dan kepercayaannya.³⁵ Tujuan Rusia mengajukan diri sebagai tuan rumah Piala Dunia FIFA yaitu Rusia ingin memperoleh pengalaman dalam mendukung penyelenggaraan dan pertunjukan acara olahraga terbesar dan untuk menunjukkan kesediaannya untuk membuat konsesi berupa materi dan mengakomodasi kepentingan dari penyelenggara acara.³⁶ Hal tersebut dinyatakan dalam laporan hasil penawaran tuan rumah Piala Dunia oleh Rusia pada tahun 2010.

Kemudian pada tahun 2013, Rusia diumumkan bahwa telah terpilih menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA tahun 2018. Menurut pihak FIFA itu sendiri, FIFA menempatkan Rusia sebagai tuan rumah Piala dunia tahun 2018 dikarenakan FIFA ingin menempatkan olahraga dalam wilayah baru dan ingin memperpanjang cakrawala persepakbolaan.³⁷ Hal ini juga sesuai dengan apa yang kemudian menjadi prioritas kebijakan Rusia itu sendiri, dimana menunjukkan Rusia yang merupakan bangsa yang dapat diprediksi dan taat hukum. Dengan adanya kesempatan menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA maka hal tersebut juga menjadi salah satu strategi bagi Rusia untuk menunjukkan kepada masyarakat publik bahwa Rusia adalah teman yang

³⁵ FIFA Evaluation Group, “2018 FIFA World Cup: Bid Evaluation Report: Russia”, FIFA.com, hal: 4, diakses pada 25 Januari 2019, <https://img.fifa.com/image/upload/mjwq4omnm58mcbwzd2pt.pdf>

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Oliver Bollough, “Putin Wanted the World Cup 2018 and Got It Whatever the Cost”, 30 Mei 2018, diakses pada 2 Februari 2020, <https://www.gq-magazine.co.uk/article/russia-world-cup-2018>

menyenangkan dan merupakan tetangga yang baik.³⁸ Putin juga menjadikan ajang ini sebagai sebuah kebijakan untuk mengundang seluruh negara untuk datang dan mengalami peristiwa-peristiwa yang akrab di tengah-tengah beberapa tempat di Rusia. Usaha-usaha Rusia dalam menjadi tuan rumah ajang-ajang besar serta Kremlin telah menghabiskan banyak uang masyarakat, namun hal tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan infrastruktur Rusia, membangkitkan kebanggaan nasional dan menyoroti modernitas negara kepada dunia. Kepala Dewan Semi-Resmi Rusia bagian urusan internasional, Andrei Kortunov, mengatakan bahwa acara tersebut diadakan untuk menunjukkan keterlibatan Rusia dengan dunia dan untuk menghasilkan citra positif negara di mata masyarakat internasional.³⁹ Penelitian ini akan menarik untuk dibahas karena penelitian ini membahas mengenai upaya diplomasi publik Rusia melalui kesempatannya menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2018 yang dilakukan melalui komponen advokasi, penyiaran internasional, hubungan masyarakat, diplomasi budaya, pertukaran, dan *nation-branding* dengan lebih maksimal, sehingga mampu memperbaiki citra buruk Rusia di masyarakat internasional.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas maka penulis melakukan pembatasan masalah yaitu diplomasi publik Rusia yaitu dalam Piala Dunia FIFA 2018 dengan jangka waktu

³⁸ Oliver Bollough, “*Putin Wanted the World Cup 2018 and Got It Whatever the Cost*”, 30 Mei 2018, diakses pada 2 Februari 2020, <https://www.gq-magazine.co.uk/article/russia-world-cup-2018>

³⁹ Fred Weir, “*As World Cup kicks off, Russia aims to prove a world-class host again*”, The Christian Science Monitor, 13 Juni 2018, diakses pada 13 Februari 2020, <https://www.csmonitor.com/World/Europe/2018/0613/As-World-Cup-kicks-off-Russia-aims-to-prove-a-world-class-host-again>

mulai sejak terpilihnya Rusia sebagai tuan rumah Piala Dunia FIFA yaitu tahun 2010, sampai dengan setelah terselenggaranya acara Piala Dunia 2018. Dari sekian banyak strategi diplomasi yang dilakukan Rusia, strategi tersebut lebih ditekankan pada *hard power*, khususnya dalam bidang ekonomi dan militer. Walaupun Rusia selalu memiliki peran besar dalam acara internasional yang berkaitan dengan isu ekonomi, dan hal tersebut menjadi salah satu strategi diplomasi publik Rusia itu sendiri. Namun kali ini Rusia berperan sebagai tuan rumah ajang olahraga internasional terbesar di dunia yaitu Piala Dunia FIFA.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan-pernyataan terkait permasalahan yang telah diuraikan pada sub-bab sebelumnya, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut, **“Bagaimana Piala Dunia *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) 2018 digunakan Rusia untuk mendukung upaya memperbaiki citra negaranya?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bahwa Piala Dunia FIFA 2018 dapat dijadikan sebagai alat diplomasi publik Rusia untuk memperbaiki citranya di masyarakat internasional melalui instrumen-instrumen diplomasi publik tersebut yaitu meliputi advokasi, penyiaran, hubungan masyarakat, diplomasi budaya, pertukaran, dan *nation-branding*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang mendalam bagi penulis mengenai topik terkait. Selain itu peneliti juga berharap bahwa penelitian ini juga dapat berguna sebagai referensi tambahan bagi para pengkaji berikutnya untuk melakukan penelitian mengenai topik terkait dan dapat dikembangkan pengkajiannya untuk memperkaya bahan pengetahuan para penulis kedepannya.

1.4 Kajian Pustaka

Artikel pertama dipublikasikan dalam jurnal *International Area Studies Review* yang ditulis oleh Havard Mogleiv dan Scott Gates yang berjudul *Soft Power at Home and Abroad: Sport Diplomacy, Politics, and Peace-building*. Artikel ini menjelaskan bahwa olahraga dapat digunakan sebagai alat dari *soft power* itu sendiri baik secara internasional maupun domestik. Perdamaian dan pembangunan bangsa dapat dicapai melalui empat mekanisme dalam diplomasi olahraga dan politik yaitu meliputi pembentukan citra, pembentukan suatu wadah untuk melakukan suatu dialog, pembangunan kepercayaan, dan rekonsiliasi, integrasi, dan anti rasisme. Mekanisme-mekanisme tersebut dapat memunculkan konsekuensi-konsekuensi tertentu, baik itu positif maupun negatif berdasarkan atas kapabilitas persuasi dalam melakukan diplomasi.⁴⁰

⁴⁰ Nygård, Håvard & Gates, Scott. (2013). Soft power at home and abroad: Sport diplomacy, politics and peace-building. *International Area Studies Review*. 16. 235-243. 10.1177/2233865913502971.

Kemudian artikel kedua berjudul *Sport Diplomacy: A Review of How Sports can be used to Improve International Relations*, yang ditulis oleh Judit Trunkos dan Bob Heere dalam buku *Case Studies in Sport Diplomacy*. Tulisan ini menjelaskan bahwa acara olahraga internasional dapat dimanfaatkan untuk memperkuat hubungan internasional suatu negara bergantung pada instrumen yang dimiliki suatu negara dan kemampuan pemerintah negara tersebut untuk memanfaatkan dengan benar untuk mencapai tujuan utamanya. Acara olahraga, para atlet, dan tim dapat menjadi instrumen yang sangat berguna untuk mengerahkan *soft power* suatu negara dan menunjukkan *hard power* mereka kepada dunia. Banyak negara yang menggunakan acara olahraga untuk mendukung kepentingan politiknya seperti Seoul yang menggunakan *Summer Olympics* untuk meningkatkan hubungannya dengan Uni Soviet, kemudian hal yang sama juga dilakukan Barcelona untuk menunjukkan dirinya sebagai destinasi pariwisata yang menarik di Eropa. Ajang internasional juga dapat meningkatkan isu domestik yang menekan sebuah bangsa contohnya seperti yang dilakukan oleh bangsa Athena sebagai pelopor Olimpiade.⁴¹

Terdapat juga artikel ketiga yang berjudul *The Contested Terrain of Sport Diplomacy in a Globalizing World* dalam jurnal *International Area Studies Review*, yang ditulis oleh Steven J. Artikel ini menjelaskan bahwa olahraga merupakan suatu instrumen bagi diplomasi yang asli dan abadi karena telah memajukan hak asasi

⁴¹ Trunkos, Judit & Heere, Bob. (2017). *Sport Diplomacy: A Review of How Sports Can be Used to Improve International Relations*.

manusia, pemahaman budaya, dan perdamaian berkelanjutan walaupun di sisi lain merupakan sarana untuk mencapai tujuan bagi organisasi-organisasi internasional dan para perusahaan sponsornya. Selain itu, olahraga juga merupakan suatu hal yang dapat menarik perhatian miliaran orang di dunia. Akan tetapi diplomasi olahraga tersebut juga tidak sepenuhnya memiliki sisi positif.⁴² Ajang olahraga yang mayoritas diorganisir oleh organisasi internasional yang bersangkutan dan didukung oleh beberapa perusahaan swasta, termasuk dalam aturan-aturan di dalamnya, maka hal tersebut cenderung akan menyebabkan adanya kecenderungan untuk mengabaikan kurangnya transparansi dan akuntabilitas dari organisasi-organisasi tersebut. Selain itu, menjadi tuan rumah ajang olahraga juga belum menjamin perubahan citra dari suatu negara. Hal tersebut seperti yang terjadi pada FIFA World Cup 2010 yang diadakan di Afrika Selatan. Dengan segala usaha untuk menyukseskan ajang sepakbola tersebut diharapkan agar dapat merubah penilaian publik internasional terhadap Afrika, khususnya Afrika Selatan itu sendiri. Namun hal tersebut pada kenyataannya membuat citra negara tersebut lebih buruk dibandingkan dua tahun sebelumnya.⁴³

Dari seluruh kajian pustaka tersebut dapat dilihat bahwa kajian-kajian tersebut tersebut memiliki keterkaitan dengan topik mengenai penerapan diplomasi publik sekaligus diplomasi olahraga, khususnya menjadi tuan rumah ajang internasional yang pernah dilakukan oleh beberapa negara di dunia. Mayoritas artikel menyatakan bahwa

⁴² Jackson, Steve. (2013). *The Contested Terrain of Sport Diplomacy in a Globalizing World*. *International Area Studies Review*. 16. 274-284.

⁴³ *Ibid.*

diplomasi publik dengan menggunakan olahraga sangat efektif dalam membangun citra negara. Namun, terdapat juga artikel yang menyatakan bahwa diplomasi olahraga juga memiliki hasil negatif, khususnya dalam membangun citra negara. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini mengkaji mengenai bagaimana ajang olahraga internasional digunakan sebagai strategi diplomasi publik suatu negara dalam memperbaiki citranya di masyarakat internasional. Hal yang berbeda tersebut ditunjukkan oleh Rusia dalam kesempatannya sebagai tuan rumah Piala Dunia FIFA 2018.

1.5 Kerangka Pemikiran

Diplomasi merupakan sebuah pengelolaan kebijakan luar negeri melalui hubungan resmi dengan pemerintah asing. Diplomasi publik adalah pengelolaan kebijakan luar negeri melalui keterlibatan pemerintah dengan publik asing. Kemudian dilanjutkan dengan Diplomasi Publik Baru yang terutama menggambarkan keterlibatan dari individu ke individu atau kelompok ke kelompok dalam kepentingan nasional dan global yang umum atau bertentangan.⁴⁴

Pada awal abad ini, istilah Diplomasi Publik Baru telah muncul sebagai cara untuk menjelaskan tiga perubahan besar yaitu berupa transisi dari Diplomasi Publik perang dingin ke era pasca perang, transformasi era informasi dan perkembangan keterlibatan orang-orang dalam isu-isu politik internasional. Diplomasi Publik Baru

⁴⁴ Eytan Gilboa, "*Public Diplomacy*", *The International Encyclopedia of Political Communication*, Januari 2016, diakses tanggal 10 Februari 2020, hal 1

diikuti oleh kedua sisi aktor yaitu baik negara atau pemerintah maupun aktor bukan negara seperti organisasi internasional, organisasi bukan pemerintahan, perusahaan multinasional, jaringan media global, organisasi teroris, aliansi militer, dan aktor individu yang menonjol.⁴⁵ Dalam Diplomasi Publik Baru, garis antara dua area dikarakteristikan oleh pengukuran dari opini publik, teknik persuasi, dan kreasi serta penyebaran tema-tema yang jelas dan konsisten secara berkelanjutan. Diplomasi Publik Baru didasarkan pada komunikasi dua arah dimana yang menjadi elemen utama dalam beberapa model hubungan publik internasional. Selain itu, dalam Diplomasi Publik Baru juga digunakan *branding* bangsa dan media berbasis internet baru. Tujuan dari Diplomasi Publik Baru juga yaitu untuk menangani kedua masalah baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Saat ini, konsep hubungan publik yang paling relevan dengan diplomasi publik adalah model komunikasi dua arah, manajemen reputasi, komunikasi krisis, dan pemulihan citra. Model komunikasi dua arah tersebut sangat penting karena Diplomasi Publik Baru yang efektif harus saling mendengarkan antar bangsa, kelompok, dan organisasi sebelum memformulasikan dan mengadopsi program dan strategi yang tepat.⁴⁶

Gilboa menganggap bahwa diplomasi publik sebagai sebuah instrumen yang digunakan oleh negara, asosiasi negara, dan beberapa aktor sub-negara dan non-negara untuk memahami budaya, sikap dan perilaku, membangun dan mengelola hubungan,

⁴⁵ Eytan Gilboa, “*Public Diplomacy*”, *The International Encyclopedia of Political Communication*, Januari 2016, diakses tanggal 10 Februari 2020, hal 4.

⁴⁶ *Ibid.*

serta mempengaruhi pikiran serta mobilisasi tindakan untuk memajukan minat dan nilai-nilai mereka.⁴⁷ Definisi tersebut muncul setelah dinamika diplomasi publik bergeser menuju kearah struktur yang lebih horizontal dimana orang mulai terhubung satu sama lain dalam jaringan internasional yang dibantu oleh teknologi baru. Gilboa menekankan pada peran aktor bukan pemerintah yang muncul dalam diplomasi publik.⁴⁸ Instrumen diplomasi publik menurut Gilboa yaitu advokasi, penyiaran, hubungan masyarakat, diplomasi budaya, pertukaran, dan *nation-branding*. Advokasi dan penyiaran dapat dikategorikan sebagai bentuk diplomasi publik yang segera dan reaktif, kemudian manajemen berita akan menjadi contoh khas dari hal ini. Pemerintah akan mengirim informasi advokasi melalui pernyataan yang dikeluarkan oleh sekretaris pers dan Kementerian Luar Negeri. Kemudian Media pemerintah akan menyiarkan posisi politik mereka dalam bahasa Inggris di televisi nasional untuk memperkuat program bahasa Inggris diluar negeri.⁴⁹

Selain manajemen informasi langsung dan cepat oleh negara, terdapat juga ekspresi diplomasi publik yang lebih lama dan lebih memakan waktu. Gilboa mengkategorikan hal tersebut sebagai hubungan masyarakat dan menyajikannya sebagai bentuk komunikasi yang proaktif dan strategis, dengan tujuan meningkatkan pandangan yang menguntungkan suatu negara. Kunjungan asing oleh para pemimpin

⁴⁷ Atsushi Tago, “*Public Diplomacy and Foreign Policy*”, Oxford Research Encyclopedia of Politics, Juli 2017, diakses tanggal 15 Februari 2018, hal 3-4

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

negara dapat digunakan sebagai instrumen diplomasi publik menengah. Gilboa juga mengklaim bahwa instrumen jangka panjang dapat digunakan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan negara-negara asing. Saling percaya adalah mekanisme kunci, dan dengan demikian, diplomasi budaya, pertukaran masyarakat, dan *nation-branding* adalah bentuk-bentuk diplomasi publik jangka panjang.⁵⁰ Konsep dari diplomasi publik yang merupakan suatu upaya dalam kebijakan luar negeri yang dilakukan melalui keterkaitan antara publik asing yang selaras dengan citra negara. Menurut Gilboa, *nation branding* menjadi instrumen dari diplomasi publik.⁵¹ Suatu negara yang ingin mengelola citranya di dunia dapat berinvestasi dalam penyiaran internasional atau diplomasi publik, atau program bantuan internasional, atau mengadakan kampanye untuk memperkenalkan negara juga sekaligus memberikan pandangan positif terhadap negara tersebut.⁵²

Nation-branding dikembangkan dari penerapan dan perluasan *branding* ke berbagai tempat termasuk negara, kota, atau wilayah. *Branding* berarti memberikan produk dan layanan sebuah dimensi emosional dengan orang-orang yang dapat mengidentifikasikannya. Sedangkan sebuah *brand* dideskripsikan sebagai sebuah ide konsumen mengenai suatu produk "*brand state*" mengacu pada apa yang orang-orang di dunia pikir dan rasakan mengenai suatu keadaan. Hal tersebut berlaku

⁵⁰ Atsushi Tago, "*Public Diplomacy and Foreign Policy*", Oxford Research Encyclopedia of Politics, Juli 2017, diakses tanggal 15 Februari 2018, hal 3-4

⁵¹ Keith Dinnie, "*Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*", 2015, Edisi Kedua, Routledge.

⁵² *Ibid.*

untuk aktor supranasional dan aktor subnasional seperti organisasi, LSM, dan individu. Aktor tersebut diidentifikasi dengan karakteristik tertentu.⁵³ Diplomasi Publik Baru dapat mengatasi masalah jangka pendek dan krisis, tidak hanya dengan hubungan jangka panjang. Model dari ‘krisis komunikasi’ dapat membantu untuk meredakan ancaman krisis internasional. Para aktor dapat menerapkan advokasi, penyiaran internasional, dan media digital untuk mengatasi krisis dengan cepat. ‘Pemulihan citra’ dan ‘*rebranding*’ mampu membantu para aktor untuk pulih dari kerusakan besar pada reputasinya dalam lingkungan internasional.⁵⁴

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dan bersifat kualitatif. Metode deskriptif yaitu menggunakan data sebagai mana adanya dan berfokus untuk menggambarkan secara rinci variabel penelitian. Langkah pertama dalam metode ini adalah dengan memahami fenomena untuk mendapatkan gagasan dalam variabel penelitian. Kemudian hasil yang diharapkan adalah mampu menangkap hal yang esensial, menarik, dan berasal dari fenomena yang ada.⁵⁵

Penelitian kualitatif dilandasi pada data-data berbentuk teks, diinterpretasi, dan dianalisis indikasi *outcome*. Dikarenakan bersifat kualitatif maka penelitian ini erat

⁵³ Eytan Gilboa, “*Public Diplomacy*”, *The International Encyclopedia of Political Communication*, Januari 2016, diakses tanggal 10 Februari 2020, hal 5.

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Frederick J. Gravetter dan Lori-Ann B. Forzano, “*Research Methods for the Behavioral Sciences*”, 2006, Thomson Wadsworth: 322-343

kaitannya dengan interpretasi dan refleksi penulis terhadap topik yang dibahas. Menggunakan metode induktif dan deduktif dalam analisis data. Secara induktif, peneliti akan menganalisa data dengan tema penelitian hingga menghasilkan penelitian yang komprehensif.⁵⁶

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian penulis mengumpulkan data melalui studi literatur yang dapat diperoleh melalui jurnal, artikel jurnal, artikel, dan buku. Penelitian juga didukung dengan penggunaan data primer yang diperoleh melalui dokumen atau laporan langsung dari pemerintah atau badan resmi yang diakses melalui *internet*, dan data tersebut didukung juga oleh data sekunder yang merupakan hasil penelitian menyangkut topik terkait, hasil survei, laman *website*, dan data-data yang diperoleh dari media massa yang dapat diakses baik melalui *internet*.⁵⁷

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari empat bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Pada bab pertama penulis memaparkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, serta sistematika pembahasan.

⁵⁶ John W. Creswell, “*Research Design: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods Approach*”, 2014, SAGE Publication: 234-240

⁵⁷ Royce A Singleton dan Bruce C. Straits, “*Approaches to Social Research*”, 2005, Oxford University Press: 352-354

Kemudian pada bab kedua peneliti menjelaskan mengenai kebijakan luar negeri Rusia terkait aktivitas diplomasi publik Rusia. Pembahasan terkait bagaimana kebijakan luar negeri Rusia terkait diplomasi publik Rusia, dan tujuan diplomasi publik Rusia.. Kemudian dijelaskan juga mengenai diplomasi publik Rusia melalui ajang internasional dan kontribusi Rusia sebagai tuan rumah ajang internasional yang sudah dilakukan Rusia sebelum adanya Piala Dunia FIFA 2018.

Pada bab ketiga mengulas mengenai bagaimana Piala Dunia FIFA 2018 digunakan oleh Rusia untuk memperbaiki citranya. Pembahasan yang dilakukan yaitu mengenai hal-hal yang telah dilakukan Rusia di berbagai sektor melalui penyelenggaraan Piala Dunia FIFA tersebut dalam rangka untuk memperbaiki citra Rusia itu sendiri. Untuk mengkaji hal tersebut peneliti menggunakan komponen diplomasi publik menurut Gilboa yaitu advokasi, pertukaran, penyiaran, hubungan masyarakat, diplomasi budaya, dan *nation-branding*.

Kemudian dalam bab keempat, bab ini berisi kesimpulan mengenai jawaban akhir dari pertanyaan penelitian secara garis besar dan berisi komentar konklusif mengenai pembahasan penelitian.

