



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No.2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

Motivasi Diplomasi Olahraga Tiongkok: Studi Kasus
Tuan Rumah Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022

Skripsi

Oleh

Zahra Nadzirah

6091901041

Bandung

2022



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No.2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

Motivasi Diplomasi Olahraga Tiongkok: Studi Kasus
Tuan Rumah Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022

Skripsi

Oleh

Zahra Nadzirah

6091901041

Pembimbing

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

Bandung

2022

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Zahra Nadzirah
Nomor Pokok : 6091901041
Judul : Motivasi Diplomasi Olahraga Tiongkok: Studi Kasus Tuan Rumah Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 14 Desember 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

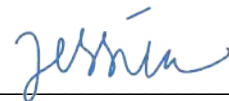
Ketua sidang merangkap anggota

Prof. Sukawarsini Djelantik, Dra., M.I.S., Ph.D.



Sekretaris

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



Anggota

Marshell Adi Putra, S.IP., MA.



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zahra Nadzirah

NPM : 6091901041

Jurusan/Program Studi : Hubungan Internasional Program Sarjana

Judul : Motivasi Diplomasi Olahraga Tiongkok: Studi Kasus Tuan Rumah Olimpiade Beijing 2022

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi 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, 6 Desember 2022



Zahra Nadzirah

ABSTRAK

Nama : Zahra Nadzirah

NPM : 6091901041

Judul : Motivasi Diplomasi Olahraga Tiongkok: Studi Kasus Tuan Rumah Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pergeseran peran olahraga dan SME sebagai ajang pertandingan menjadi suatu instrumen politik oleh negara, salah satunya untuk berdiplomasi. Dalam hal ini, Tiongkok merupakan salah satu negara yang aktif memanfaatkan olahraga dan SMEs sebagai instrumen diplomasi untuk mencapai kepentingannya. Salah satu bentuk diplomasi olahraga terbaru yang dilakukan oleh Tiongkok adalah diplomasi olahraga melalui penyelenggaraan SMEs yakni Olimpiade Musim Dingin 2022. Adapun, diplomasi melalui Olimpiade ini didasari oleh kepentingan yang tertulis dalam dokumen 46. Meski Tiongkok merupakan negara yang tergolong lemah dalam aspek tradisi olahraga musim dingin, negara ini tetap ingin menjadi tuan rumah Olimpiade tersebut. Padahal, negara-negara tuan rumah Olimpiade cenderung memiliki tradisi olahraga yang kuat di masyarakatnya. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk menemukan motivasi-motivasi yang melatarbelakangi Tiongkok dalam menawarkan diri sebagai tuan rumah Olimpiade Musim Dingin 2022. Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis merumuskan pertanyaan penelitian “Mengapa Tiongkok tetap ingin menjadi tuan rumah untuk Olimpiade Musim Dingin 2022 terlepas dari lemahnya tradisi olahraga musim dingin?”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan beberapa teori dan konsep yaitu diplomasi, diplomasi publik, diplomasi olahraga, *nation branding*, dan konsep *five hoped-for legacies*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang mengandalkan data-data deskriptif dan non-numerik. Berdasarkan analisis dan interpretasi terhadap data tersebut dengan menggunakan teori dan konsep, penulis menyimpulkan bahwa penawaran Tiongkok ini didasari oleh empat motivasi. Adapun motivasi tersebut yakni motivasi untuk meningkatkan pendapatan ekonomi, regenerasi perkotaan, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan olahraga, dan meningkatkan citra internasional serta untuk menunjukkan *soft power* yang dimiliki.

Kata Kunci: Diplomasi Olahraga, Dokumen 46, Motivasi, Olimpiade Musim Dingin 2022, Tiongkok

ABSTRACT

Nama : Zahra Nadzirah

NPM : 6091901041

Judul : China's Sport Diplomacy Motivation: Case Study of Hosting the Beijing Winter Olympics 2022

This research is motivated by the shift in the role of sports and SMEs from a competition event to a political instrument by states, including as an instrument for diplomacy. In this case, China is one of the countries that actively utilizes sports and SMEs as an instrument of diplomacy to achieve its interest. One of the newest forms of sports diplomacy carried out by China is sports diplomacy through the hosting of SMEs, namely the 2022 Winter Olympics. This form of sports diplomacy is based on China's interest in document number 46. Even though China is a country that is relatively weak in terms of winter sports traditions, this country still wants to host the Olympics. Whereas, the host countries for the Olympics tend to have strong sporting traditions in their society. Therefore, this research seeks to find the motivations behind China's bid for the 2022 Winter Olympics. Based on the previous statement, the researcher formulated a research question "Why does China still want to host the 2022 Winter Olympics despite its weak winter sports traditions?". To answer the research question, the researcher used several theories and concepts, which were diplomacy, public diplomacy, sports diplomacy, nation branding, and the five hoped-for legacies concept. This research was conducted using a qualitative method that relied on descriptive and non-numeric data. Based on the analysis and interpretation of the data using theories and concepts, the researchers concluded that China's bid is based on four motivations. The motivations are to increase economic income, urban regeneration, increase people participation in sport activities, and improve international image as well as to show its soft power to the global world.

Keywords: 2022 Winter Olympics, China, Document number 46, Motivations, Sports diplomacy.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Motivasi Diplomasi Olahraga Tiongkok: Studi Kasus Tuan Rumah Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022”. Penelitian ini juga disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan strata-1 program studi Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Kepopuleran universal yang dimiliki oleh olahraga membuat negara-negara kemudian memanfaatkan olahraga sebagai suatu instrumen politik. Tiongkok juga menjadi salah satu negara yang secara aktif memanfaatkan olahraga sebagai instrumen diplomasi untuk mencapai kepentingannya. Salah satu upaya diplomasi dengan olahraga yang dilakukan oleh Tiongkok adalah dengan menyelenggarakan SMEs, yakni Olimpiade Musim Dingin tahun 2022. Adapun diplomasi melalui Olimpiade ini dilakukan untuk mencapai kepentingan Tiongkok yang tertulis dalam dokumen 46.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis motivasi-motivasi yang melatarbelakangi Tiongkok dalam menawarkan diri dan menjadi tuan rumah untuk Olimpiade Musim Dingin tahun 2022. Di samping itu, penelitian ini juga dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan memperkaya ilmu dalam studi ini khususnya terkait bentuk diplomasi non-tradisional.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan baik secara substansi maupun teknik penulisan. Penulis terbuka akan kritik dan

saran karena kritik dan saran sangat berguna dalam melengkapi penelitian ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi studi ilmu hubungan internasional.

Bandung, Desember 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Untuk Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian, skripsi ini juga dapat selesai dengan baik dan lancar berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ayah Sigit dan Ibu Wiwin, dan juga adik penulis, Aliyyah yang selalu senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, motivasi, dan dukungan baik secara moril maupun material.
2. Dosen pembimbing penulis, Mbak Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol., yang telah meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan, masukan, dan dukungan kepada penulis.
3. Para dosen penguji, Prof. Sukawarsini Djelantik, Dra., M.I.S., Ph.D., dan Mas Marshall Adi Putra, S.IP., MA.. Terima kasih atas masukan-masukannya untuk penulis.
4. Mas dan Mbak dosen HI UNPAR yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk bimbingan dan ilmu pengetahuan yang sudah Mas dan Mbak berikan kepada penulis selama 3,5 tahun terakhir.
5. Teman-teman seperjuangan di HI UNPAR, Nicole, Jacinda, Ring 1 Warta Himahi (Tsabita, Valerie T, Gabby, Chrisa, Trystan, Nicholas, Althaf, Ferro, Rizqie, Kayla, Almo), dan teman-teman satu bimbingan (Cinan, Febriani, Yoshe, Valerie B). Terima kasih sudah menjadi tempat penulis untuk bercerita dan berkeluh kesah. Terima kasih untuk dukungannya, doanya, dan segala kenangannya di kampus tiga ini.
6. Teman-teman SMA, Qinthari, Nabila, Sabina, Desiree, Desi, Wildan, dan Perwakilan Kelas 2019 yang masih selalu memberikan dukungan secara moral dan doa.
7. Serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu. Terima kasih untuk segala dukungan dan doanya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR GRAFIK	ix
DAFTAR SINGKATAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Perumusan Masalah	10
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Tujuan Penelitian	10
1.5.2 Kegunaan penelitian	10
1.6 Kajian Literatur	11
1.7 Kerangka Pemikiran	14
1.8 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	20
1.8.1 Metode Penelitian	20
1.8.2 Teknik Pengumpulan Data	21
1.9 Sistematika Pembahasan	21
BAB II OLAHRAGA SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI TIONGKOK	23
2.1 Alasan Tiongkok Memanfaatkan Olahraga Sebagai Instrumen Diplomasi	23
2.2 Sejarah Pemanfaatan Olahraga Sebagai Instrumen Diplomasi Tiongkok	25
2.2.1 Diplomasi Stadion (Stadium Diplomacy) Tiongkok	25
2.2.2 Diplomasi Ping-Pong Tiongkok dengan Amerika Serikat	28
2.2.3 Olimpiade Musim Panas Beijing 2008	32
BAB III MOTIVASI TIONGKOK DALAM MENAWARKAN DIRI MENJADI TUAN RUMAH OLIMPIADE MUSIM DINGIN TAHUN 2022	37

3.1 Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022	37
3.2 Motivasi Tiongkok Menjadi Tuan Rumah Olimpiade Musim Dingin 2022	43
3.2.1 Peningkatan Pendapatan Ekonomi Tiongkok	43
3.2.2 Regenerasi Kota Beijing, Zhangjiakou, dan Yanqing	48
3.2.3 Peningkatan Partisipasi Masyarakat Tiongkok dalam Kegiatan Fisik dan Olahraga	53
3.2.4 Peningkatan Citra Internasional dan Soft Power Tiongkok	57
BAB IV KESIMPULAN	64
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hubungan antara diplomasi publik dan <i>nation branding</i>	17
Gambar 2.1 Zhuang Zedong memberikan karya seni kepada Glenn Cowan	29
Gambar 2.2 Richard Nixon berjabat tangan dengan Mao Tse-Tung	31

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Pendapatan Olimpiade Musim Dingin 2012-2018	45
--------------------------------------------------------	----

DAFTAR SINGKATAN

BOCOG	: Beijing Organizing Committee for the Games of the XXIV Olympiad
BOCWOG	: Beijing Organising Committee for the 2022 Olympic Winter Games
HAM	: Hak Asasi Manusia
IOC	: <i>International Olympic Committee</i>
SMEs	: <i>Sport Mega-Events</i>
USD	: United States Dollar

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Olahraga telah menjadi bagian dari kehidupan manusia sejak lama. Pada awalnya, olahraga pertama kali muncul sebagai cara bagi para pria untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam berburu dan berperang.¹ Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya zaman, olahraga tidak lagi semata-mata digunakan sebagai cara untuk mengembangkan kemampuan dalam berburu dan berperang saja. Saat ini, olahraga telah memiliki berbagai kegunaan lain seperti untuk hiburan dan kompetisi secara sehat melalui ajang pertandingan olahraga. Pertandingan olahraga ini dapat diadakan baik dalam tingkat nasional, regional maupun internasional. Dalam tingkat internasional, pertandingan olahraga sering kali dikategorikan sebagai *sport mega-events*.

Sport mega-events (SMEs) didefinisikan sebagai acara olahraga berskala internasional yang diadakan satu kali oleh otoritas khusus dengan eksposur tinggi dari media serta memiliki dampak pada bidang ekonomi, pariwisata, infrastruktur, dan sebagainya.² SMEs dijadikan sebagai momen bagi negara-negara partisipan untuk menunjukkan kekuatan dan keahliannya masing-masing dalam bidang olahraga. Selain itu, SMEs juga dapat dijadikan ajang bagi negara partisipan untuk

¹Michael P. Lombardo, "On the Evolution of Sport," *Evolutionary Psychology* 10, no. 1 (Januari 2012): 147470491201000, <https://doi.org/10.1177/147470491201000101>.

²Terri Byers, Trevor Slack, and Milena M. Parent, "Mega Events," *Key Concepts in Sport Management*, 2012, 103–6, <https://doi.org/10.4135/9781473914599.n23>.

saling terhubung antara satu sama lain dan menjalin hubungan yang positif. Beberapa contoh pertandingan olahraga yang dikategorikan sebagai SMEs adalah Olimpiade dan *FIFA World Cup*.

Sebagai salah satu SMEs yang paling bergengsi, Olimpiade menjadi ajang olahraga yang banyak diminati oleh negara-negara di dunia. Setiap negara pasti ingin berkontribusi dalam Olimpiade baik dengan mengirimkan atlet maupun dengan menjadi tuan rumah. Keberhasilan dalam menjadi tuan rumah dan sukses menyelenggarakan Olimpiade tentu akan membawa dampak positif bagi negara tersebut, terutama dampak dalam bidang politik. Hal ini kemudian membuat negara-negara menawarkan diri untuk menjadi tuan rumah dengan tujuan lain yakni untuk memanfaatkan Olimpiade sebagai instrumen politik mereka. Beberapa contoh negara yang melakukan hal tersebut diantaranya adalah Jerman, Korea Selatan, dan Jepang.

Pemanfaatan Olimpiade sebagai instrumen politik oleh Jerman dilakukan pada masa kepemimpinan Adolf Hitler, tepatnya pada Olimpiade Musim Panas Berlin 1936. Dalam kesempatan tersebut, Hitler menggunakan Olimpiade sebagai alat propaganda politik untuk mempromosikan ideologi dan pandangannya mengenai superioritas ras kulit putih.³ Sementara itu, Jepang memanfaatkan Olimpiade Musim Panas Tokyo 1964 untuk menciptakan citra positif di mata dunia internasional. Dalam hal ini, Jepang berhasil memperkenalkan kembali Jepang sebagai negara yang damai dan demokratis setelah sebelumnya dipandang sebagai negara agresif selama Perang Dunia II berlangsung. Kembalinya citra baik Jepang

³John Horne dan Garry Whannel, *Understanding the Olympics* (New York: Routledge, 2020), 196.

juga membuka jalan bagi negara tersebut untuk membangun hubungan baik dengan negara-negara lain khususnya negara barat.⁴

Tidak hanya sebatas propaganda dan membangun citra, Olimpiade juga digunakan sebagai instrumen diplomasi seperti yang dilakukan oleh Korea Selatan melalui Olimpiade Musim Dingin Pyeongchang 2018. Diplomasi ini dilakukan untuk mengurangi ketegangan antara Korea Selatan dengan Korea Utara dan mempromosikan rekonsiliasi di Semenanjung Korea. Keberhasilan diplomasi ini ditandai dengan dikibarkannya bendera unifikasi Korea di pembukaan dan penutupan Olimpiade. Pengibaran bendera unifikasi ini juga menandakan bahwa Korea Selatan dan Korea Utara bertanding dalam satu tim di bawah nama Korea. Keberhasilan diplomasi ini juga membuka jalan untuk dilaksanakannya KTT antar Korea di Pyeongchang pada 18-20 September 2018 yang menghasilkan Deklarasi Pyeongchang. Adapun deklarasi ini secara garis besar mendeklarasikan bahwa kedua negara akan menurunkan ketegangan dan mengarahkan hubungan mereka ke perdamaian.⁵

Selain adanya tujuan lain dalam menawarkan diri sebagai tuan rumah, negara-negara yang menawarkan diri juga cenderung sudah memiliki kapabilitas untuk menjadi tuan rumah. Salah satu contohnya adalah Korea Selatan pada saat Olimpiade Musim Dingin Pyeongchang 2018. Meskipun baru memenangkan kesempatan menjadi tuan rumah pada percobaan ketiga, Korea Selatan merupakan

⁴Motoko Rich, Hikari Hida, dan Makiko Inoue, "The 1964 Games Proclaimed a New Japan. There's Less to Cheer This Time.," *The New York Times*, 22 Juli, 2021, sec. World, diakses 5 Maret 2022 melalui <https://www.nytimes.com/2021/07/22/world/asia/tokyo-olympics-1964-2020.html>.

⁵Philip Arthur, "Olympic Winter Games as the Instrument to Encourage the Reconciliation in Korean Peninsula," *Indonesian Journal of International Relations* 3, no. 2 (27 Mei, 2020): 65–86, <https://doi.org/10.32787/ijir.v3i2.107>.

kandidat kuat untuk Olimpiade Musim Dingin, bahkan pada proses penawaran untuk dua Olimpiade Musim Dingin sebelumnya. Hal ini dikarenakan Korea Selatan dinilai memiliki fasilitas olahraga dan pendanaan yang mendukung untuk menjadi tuan rumah oleh *International Olympics Committee* (IOC).⁶

Selain Korea Selatan, negara lain yang memiliki kapabilitas untuk menjadi tuan rumah adalah Jepang pada saat Olimpiade Musim Panas Tokyo 2020. Saat itu, Jepang merupakan kandidat terkuat dan memenangkan kesempatan menjadi tuan rumah dengan selisih suara yang sangat jauh. Beberapa faktor pendukung yang membuat Jepang dianugrahi kesempatan menjadi tuan rumah antara lain Jepang sudah memiliki fasilitas yang mendukung dan pengalamannya dalam menyelenggarakan Olimpiade Musim Panas beberapa dekade lalu.⁷ Di samping itu, Jepang juga memiliki tradisi olahraga musim panas yang kuat. Hal ini ditandai dengan kepopuleran olahraga-olahraga musim panas, salah satunya baseball, di kalangan masyarakat Jepang.⁸

Sama halnya dengan negara-negara lain, Tiongkok juga merupakan salah satu negara yang berpartisipasi aktif dalam Olimpiade baik sebagai partisipan maupun sebagai tuan rumah. Sejak debutnya pada Olimpiade Musim Panas Los Angeles 1984, Tiongkok telah meraih 262 medali emas, 199 medali perak dan 173

⁶Victor Cha, "South Korea Wins Bid to Host 2018 Winter Olympics," Center for Strategic and International Studies, 7 Juli, 2011, diakses 26 September 2022 melalui <https://www.csis.org/analysis/south-korea-wins-bid-host-2018-winter-olympics#:~:text=On%20July%20%2C%20the%20International>.

⁷Raisa Bruner, "Everything You Need to Know about the 2020 Summer Olympics," Time (Time, 26 Desember, 2019), diakses 26 September 2022 melalui <https://time.com/5689792/2020-tokyo-olympics-when-where/>.

⁸Brooke Larsen, "Why Japanese Baseball Fans Are as Riveting as the Game Itself," CNBC, 25 Februari, 2020, diakses 26 September 2022 melalui <https://www.cnbc.com/2020/02/26/why-japanese-baseball-fans-are-as-riveting-as-the-game-itself.html#:~:text=It>.

medali perunggu dalam Olimpiade Musim Panas.⁹ Sementara dalam Olimpiade Musim Dingin, Tiongkok telah meraih total 62 medali.¹⁰ Pada tahun 2008, Tiongkok mendapatkan kesempatan menjadi tuan rumah Olimpiade untuk pertama kalinya.¹¹

Kesempatan menyelenggarakan Olimpiade tersebut dimanfaatkan oleh Tiongkok untuk memperkenalkan dirinya sebagai negara modern yang maju dan makmur serta memiliki politik yang stabil.¹² Selain itu, Olimpiade ini juga dijadikan ajang bagi Tiongkok untuk menegaskan kembali eksistensinya di dunia internasional pasca abad penghinaan.¹³ Melalui Olimpiade Musim Panas Beijing 2008, Tiongkok berhasil menciptakan citra baru dan muncul sebagai kekuatan ekonomi yang patut dipertimbangkan. Hal ini didukung dengan adanya gagasan akan hubungan kerjasama bilateral G-2 antara Tiongkok dengan Amerika Serikat.¹⁴

Pada saat Tiongkok menawarkan diri sebagai tuan rumah Olimpiade Musim Panas 2008, Tiongkok juga sudah memiliki kapabilitas yang cukup dan salah satunya dapat dilihat dari kuatnya tradisi olahraga musim panas di kalangan masyarakat Tiongkok. Olahraga musim panas seperti tennis, renang, dan olahraga

⁹Aaron O'Neill, "Summer Olympics: All-Time Medal List by Country and Color 1896-2016," Statista, Agustus 2021, diakses 5 Maret 2022 melalui <https://www.statista.com/statistics/1101719/summer-olympics-all-time-medal-list-since-1892/>.

¹⁰"How Dominant Is China at the Olympic Games? | ChinaPower Project," ChinaPower Project, 28 Februari, 2018, diakses 5 Maret 2022 melalui <https://chinapower.csis.org/dominant-china-olympic-games/>.

¹¹Monroe E Price dan Daniel Dayan, *Owning the Olympics: Narratives of the New China* (University of Michigan Press, 2009), 48-49.

¹²Ibid, 51-60

¹³Jacques deLisle, "Beijing's Olympic Moments, 2008 and 2022: How China and the Meaning of the Games Have, and Have Not, Changed - Foreign Policy Research Institute," Foreign Policy Research Institute, 3 Februari, 2022, diakses 5 Maret 2022 melalui <https://www.fpri.org/article/2022/02/beijings-olympic-moments-2008-and-2022-how-china-and-the-meaning-of-the-games-have-and-have-not-changed/>.

¹⁴Ibid.

gimnastik cukup populer di kalangan masyarakat Tiongkok.¹⁵ Bahkan, pemerintah juga mendukung perkembangan olahraga-olahraga tersebut, salah satu caranya adalah dengan mendirikan sekolah-sekolah olahraga yang dirancang untuk mendidik para atlet muda agar dapat meraih medali emas di ajang-ajang pertandingan.¹⁶ Di samping itu, tradisi olahraga musim panas Tiongkok juga dapat dilihat dari pencapaian Tiongkok di ajang Olimpiade Musim Panas. Hingga pemilihannya sebagai tuan rumah di tahun 2008, Tiongkok telah memenangkan 225 medali yang artinya Tiongkok memenangkan rata-rata 56 medali di setiap Olimpiade yang mereka ikuti sejak debutnya di tahun 1992.¹⁷

Beberapa contoh kasus tersebut menunjukkan bahwa negara-negara cenderung untuk memiliki tujuan lain ketika menawarkan diri sebagai tuan rumah Olimpiade. Di samping itu, negara-negara ini juga sudah memiliki kapabilitas yang mendukung untuk menjadi tuan rumah. Adapun beberapa tujuan lain yang dimiliki oleh negara antara lain, yaitu sebagai instrumen politik dan instrumen diplomasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Keberhasilan Olimpiade Musim Panas Beijing 2008 dalam mencapai tujuan Tiongkok yakni membangun citra positif membuat Tiongkok kembali menawarkan diri untuk menjadi tuan rumah. Pada tahun 2015, Tiongkok bersama dengan dua

¹⁵Matt Schiavenza, "A Winter Olympics in a City without Snow," *The Atlantic*, 31 Juli, 2015, diakses 26 September 2022 melalui <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/07/a-winter-olympics-in-a-city-without-snow/400250/>.

¹⁶Louisa Lim, "Boarding Schools Generate China's Sport Stars," *NPR*, 21 Juli, 2008, diakses 26 September 2022 melalui <https://www.npr.org/2008/07/21/92479526/boarding-schools-generate-chinas-sport-stars>.

¹⁷"How Dominant Is China at the Olympic Games? | ChinaPower Project," *ChinaPower Project*, 28 Februari, 2018, diakses 5 Maret 2022 melalui <https://chinapower.csis.org/dominant-china-olympic-games/>.

negara lainnya yaitu Kazakhstan dan Norwegia menjadi tiga kandidat utama tuan rumah untuk Olimpiade Musim Dingin tahun 2022. Sebagai negara yang selalu unggul dalam Olimpiade Musim Dingin, Norwegia dengan Kota Oslo menjadi kandidat terkuat dan pilihan pertama IOC untuk menjadi tuan rumah pada tahun 2022. Di samping itu, Norwegia juga memiliki fasilitas yang mendukung dan tradisi olahraga musim dingin yang kuat di antara masyarakatnya. Kedua hal tersebut menjadi faktor yang memperkuat posisi Norwegia sebagai kandidat utama. Sayangnya, Norwegia memutuskan untuk mengundurkan diri akibat kekhawatiran finansial dan kurangnya dukungan dari publik domestik untuk menyelenggarakan Olimpiade Musim Dingin.¹⁸ Dengan mundurnya Norwegia dari proses pemilihan, tersisa dua kandidat lainnya yaitu Tiongkok dengan Kota Beijing dan Kazakhstan dengan Kota Almaty.

Meskipun telah memiliki pengalaman dalam menyelenggarakan Olimpiade sebelumnya, Tiongkok tidak berada dalam posisi yang menguntungkan. Hal ini dikarenakan beberapa kekhawatiran dari IOC dan negara-negara lain terhadap Tiongkok, salah satunya adalah terkait isu pelanggaran hak asasi manusia (HAM). Selama proses pemilihan, aktivis-aktivis HAM terutama dari Uighur, Mongolia dan Tibet telah melakukan protes dan bahkan mengirimkan surat terbuka kepada IOC untuk tidak memilih Tiongkok menjadi tuan rumah. Hal ini dikarenakan pelanggaran HAM seperti diskriminasi, kekerasan, dan pembatasan kebebasan

¹⁸ John Harris, "Winter Olympics 2022: The Event That (Almost) Nobody Wants to Host," *The Conversation*, 6 Oktober, 2014, diakses 11 Maret 2022 melalui <https://theconversation.com/winter-olympics-2022-the-event-that-almost-nobody-wants-to-host-32583>.

berekspresi masih sering terjadi di Tiongkok.¹⁹ Pelanggaran HAM yang dilakukan oleh Tiongkok juga dinilai sebagai bertolak belakang dengan prinsip HAM yang dipegang oleh IOC dan pemilihan Tiongkok sebagai tuan rumah akan menandakan bahwa IOC tidak dapat berkomitmen pada prinsip tersebut.²⁰

Selain isu pelanggaran HAM, Tiongkok juga dilihat belum memiliki kapabilitas yang mendukung untuk menyelenggarakan Olimpiade Musim Dingin. Secara iklim, musim dingin di Beijing cenderung dingin dan kering serta jarang turun hujan salju. Pegunungan di daerah Beijing hanya mendapat hujan salju sekitar 2,5 inci per tahunnya, sementara wilayah Beijing secara keseluruhan mendapat sekitar 25 inci hujan salju per tahunnya.²¹ Kondisi tersebut tidak ideal untuk mengadakan pertandingan olahraga musim dingin sehingga Beijing harus menggunakan salju buatan sepenuhnya.

Kemudian, Tiongkok juga tidak memiliki tradisi olahraga musim dingin yang kuat. Berbeda dengan olahraga musim panas, olahraga musim dingin seperti ski, hoki, dan *ice skating* kurang populer di kalangan masyarakat Tiongkok. Salah satu penyebab ketidakpopuleran ini adalah olahraga musim dingin dilihat sebagai olahraga elit atau olahraga kelas atas oleh mayoritas masyarakat Tiongkok. Hal ini dikarenakan olahraga-olahraga tersebut memerlukan peralatan dan fasilitas khusus yang cenderung memiliki harga mahal. Sedangkan, sebagian besar penduduk

¹⁹Karolos Grohmann, "Activists Urge IOC Not to Award 2022 Games to Beijing," *Reuters*, 23 Juli, 2015, sec. Sport, diakses 27 September 2022 melalui <https://www.reuters.com/article/uk-olympics-beijing-rights-idUKKCN0PX1BX20150723>.

²⁰Wen Yuqing, Wong Si-lam, and Luisetta Mudie, "Beijing Wins Bid to Host 2022 Winter Olympics in Spite of Warnings on Human Rights," *Radio Free Asia*, 31 Juli, 2015, <https://www.rfa.org/english/news/china/china-olympics-07312015103401.html>.

²¹Ferdinand Furer, "If You Think the Snow at the Winter Olympics Is Real, Think Again," *Spectrum News NY1*, 14 Februari, 2022, <https://www.ny1.com/nyc/all-boroughs/weather/2022/02/09/olympics-and-artificial-snow>.

Tiongkok merupakan kalangan kelas menengah dan bawah sehingga mereka tidak mampu untuk mengambil bagian dalam olahraga musim dingin.²²

Dalam menyelenggarakan Olimpiade, negara-negara yang menawarkan diri cenderung untuk memiliki tujuan lain yang ingin dicapai dan memiliki kapabilitas yang cukup untuk menjadi tuan rumah. Dalam kasus Tiongkok dan Olimpiade Musim Dingin 2022, Tiongkok tentunya juga memiliki tujuan lain yang ingin dicapai meski negara tersebut belum memiliki kapabilitas yang mendukung dari segi iklim dan tradisi olahraga musim dingin di masyarakatnya. Hal ini membuat tujuan atau motivasi yang dimiliki Tiongkok dalam menawarkan diri sebagai tuan rumah Olimpiade Musim Dingin tahun 2022 menarik untuk diteliti lebih lanjut oleh penulis.

1.3 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis membatasi fokus penelitiannya pada masalah motivasi yang melatarbelakangi diplomasi olahraga Tiongkok melalui Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022. Aktor yang menjadi fokus penelitian adalah pemerintah Tiongkok sebagai negara tuan rumah. Pemilihan Tiongkok sebagai fokus penelitian dikarenakan negara tersebut tetap menawarkan diri sebagai tuan rumah untuk Olimpiade Musim Dingin walaupun tradisi olahraga musim dingin yang ada di masyarakatnya masih kurang. Kemudian, penulis juga membatasi periode waktu penelitian yaitu pada Juli 2015 hingga Februari 2022. Pemilihan

²²Matt Schiavenza, "A Winter Olympics in a City without Snow," *The Atlantic*, 31 Juli, 2015, diakses 26 September 2022 melalui <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/07/a-winter-olympics-in-a-city-without-snow/400250/>.

waktu tersebut didasari oleh alasan bahwa Tiongkok terpilih menjadi tuan rumah Olimpiade Musim Dingin tahun 2022 pada Juli 2015 dan Olimpiade tersebut selesai dilaksanakan pada Februari 2022.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis mengangkat pertanyaan penelitian yaitu **“Mengapa Tiongkok tetap ingin menjadi tuan rumah untuk Olimpiade Musim Dingin 2022 terlepas dari lemahnya tradisi olahraga musim dingin?”**.

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis motivasi yang melatarbelakangi keputusan Tiongkok dalam menawarkan diri dan menjadi tuan rumah untuk Olimpiade Musim Dingin tahun 2022.

1.5.2 Kegunaan penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk menjelaskan keterkaitan antara kepentingan politik suatu negara dengan penyelenggaraan Olimpiade Musim Dingin di negara tersebut. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu mahasiswa hubungan internasional maupun peneliti lainnya yang juga memiliki ketertarikan terhadap topik ini serta memperkaya ilmu yang ada di studi hubungan

internasional khususnya dalam kajian mengenai diplomasi olahraga melalui penyelenggaraan Olimpiade Musim Dingin.

1.6 Kajian Literatur

Dalam bab buku berjudul *Sport Diplomacy: A Review of How Sports Can Be Used to Improve International Relationships*, diplomasi dipandang sebagai instrumen utama untuk melaksanakan politik luar negeri dalam masa damai dan juga sebagai alat komunikasi dalam masa konflik. Seiring dengan berkembangnya zaman, Trunkos dan Heere melihat bahwa diplomasi juga mengalami perkembangan baik dalam jenis diplomasi maupun dalam aktor yang melaksanakan diplomasi. Hal ini kemudian membuat negara-negara mulai memanfaatkan segala aset yang dimiliki untuk berdiplomasi, salah satunya melalui olahraga. Olahraga sendiri dapat menjadi aset untuk berdiplomasi dikarenakan popularitasnya yang universal sehingga mampu menjadi *common ground* bagi negara-negara di dunia.²³

Adapun penggunaan olahraga sebagai aset diplomasi memiliki berbagai tujuan, seperti untuk menjembatani perbedaan budaya dan menciptakan kesempatan bagi para pemimpin internasional untuk berdialog. Namun, salah satu tujuan yang paling sering digunakan oleh negara adalah untuk menciptakan warisan dan meningkatkan citra negaranya di ranah internasional. Di samping itu, Trunkos dan Heere juga menyatakan beberapa cara penggunaan olahraga sebagai aset

²³Judit Trunkos and Bob Heere, "Sport Diplomacy: A Review of How Sports Can Be Used to Improve International Relationships," in *Case Studies in Sport Diplomacy* (FiT Publishing, 2018).

diplomasi, yakni dapat secara bilateral seperti diplomasi ping-pong atau secara massal melalui penyelenggaraan Olimpiade.²⁴

Sama halnya dengan Trunkos dan Heere, Grix dan Brannagan juga melihat penggunaan olahraga untuk instrumen politik dan diplomatik. Dalam artikel jurnalnya yang berjudul *Of Mechanisms and Myths: Conceptualising States' "Soft Power" Strategies through Sports Mega-Events*, Grix dan Brannagan menyampaikan bahwa olahraga saat ini bukan hanya instrumen untuk kepentingan domestik saja tetapi juga sudah menjadi instrumen kebijakan luar negeri. Olahraga khususnya SMEs dipandang sebagai alat diplomatik yang dapat digunakan untuk meningkatkan martabat dan citra negara di dunia internasional.²⁵

Selain untuk meningkatkan citra, SMEs juga memiliki peran dalam strategi *soft power* suatu negara. Hal ini dikarenakan kaitan SMEs dengan lima komponen *soft power* negara yakni budaya, pariwisata, *branding*, diplomasi, dan perdagangan. Grix dan Brannagan melihat bahwa penyelenggaraan SMEs dapat berdampak pada komponen tersebut seperti meningkatkan pariwisata serta mempengaruhi hubungan diplomatik dan perdagangan. Salah satu contoh penyelenggaraan SMEs berdampak pada kelima komponen *soft power* adalah penyelenggaraan FIFA *World Cup* tahun 2006 oleh Jerman.²⁶

Sesuai dengan kedua pendapat sebelumnya, Roy Panagiotopoulou juga melihat olahraga khususnya Olimpiade sebagai instrumen politik. Dalam artikel

²⁴Ibid.

²⁵ Jonathan Grix and Paul Michael Brannagan, "Of Mechanisms and Myths: Conceptualising States' 'Soft Power' Strategies through Sports Mega-Events," *Diplomacy & Statecraft* 27, no. 2 (2 April, 2016): 251–72, <https://doi.org/10.1080/09592296.2016.1169791>.

²⁶Ibid.

jurnalnya yang berjudul *Nation Branding and the Olympic Games: New Media Images for Greece and China*, Panagiotopoulou memandang bahwa Olimpiade di era globalisasi menjadi salah satu budaya global populer yang mampu menarik perhatian berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, perusahaan media, sponsor, dan sebagainya. Hal ini dikarenakan tingginya eksposur media di ajang Olimpiade mampu meningkatkan visibilitas dan reputasi mereka di dunia internasional. Bagi negara, Olimpiade dipandang sebagai elemen kunci untuk kebijakan *nation branding* negara mereka.²⁷

Meski memandang Olimpiade dapat digunakan sebagai instrumen *nation branding*, Panagiotopoulou berargumen bahwa *nation branding* melalui Olimpiade cenderung tidak efektif karena dampak dari Olimpiade itu sendiri bersifat jangka pendek. Salah satu contoh kasusnya adalah Yunani dengan Olimpiade Musim Panas Athena 2004. Dalam hal ini, Yunani berhasil membentuk citra baru sebagai negara modern yang tetap mempertahankan ciri khas mitologis dan tradisionalnya. Namun, citra yang dibentuk tidak berlangsung lama dan Yunani kembali mengalami krisis citra beberapa tahun pasca Olimpiade dilaksanakan. Dalam kasus Yunani, Panagiotopoulou lebih memandang Olimpiade sebagai kesempatan media dibandingkan aktivitas *nation branding*.²⁸

Berdasarkan literatur-literatur di atas, dapat dilihat bahwa olahraga saat ini telah menjadi aset diplomasi suatu negara, khususnya untuk meningkatkan citra

²⁷Roy Panagiotopoulou, "Nation Branding and the Olympic Games: New Media Images for Greece and China," *The International Journal of the History of Sport* 29, no. 16 (Oktober 2012): 2337–48, <https://doi.org/10.1080/09523367.2012.744527>.

²⁸Roy Panagiotopoulou, "Nation Branding and the Olympic Games: New Media Images for Greece and China," *The International Journal of the History of Sport* 29, no. 16 (Oktober 2012): 2337–48, <https://doi.org/10.1080/09523367.2012.744527>.

negara di ranah internasional. Salah satu cara penggunaan olahraga sebagai aset diplomasi adalah dengan menyelenggarakan SMEs seperti Olimpiade. Dalam pelaksanaannya, terdapat pendapat yang mendukung dan meragukan keefektifan SMEs sebagai instrumen diplomasi untuk meningkatkan citra negara. Beberapa mendukung dan mengatakan bahwa penyelenggaraan SMEs dapat secara efektif meningkatkan citra negara bahkan dapat berdampak pada peningkatan aspek lain seperti perdagangan dan pariwisata. Namun, ada juga pendapat yang meragukan keefektifan SMEs dan melihat penyelenggaraan SMEs lebih pada pemanfaatan eksposur media.

Adapun penelitian ini dibuat untuk mendukung pendapat bahwa penyelenggaraan SMEs dapat menjadi salah satu aktivitas diplomasi olahraga dan dapat meningkatkan citra negara. Di samping itu, penulis juga melihat celah dari literatur-literatur sebelumnya yaitu belum ada yang membahas mengenai Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022 dan keterbatasan tradisi olahraga musim dingin Tiongkok. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus untuk mengisi kekosongan tersebut.

1.7 Kerangka Pemikiran

Dalam praktiknya, hubungan internasional tidak lepas dari yang namanya kebijakan luar negeri suatu negara. Kebijakan luar negeri sendiri memiliki arti sebagai perumusan tujuan dan kepentingan negara ke dalam serangkaian tindakan nyata guna mencapai tujuan dan kepentingan tersebut.²⁹ Sederhananya, kebijakan

²⁹Norman J. Padelford and George A. Lincoln, *The Dynamics of International Politics* (Macmillan, 1962), 197.

luar negeri adalah serangkaian prinsip yang dibuat oleh negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Untuk menjalankan kebijakan luar negeri ini, negara kemudian akan melakukan berbagai cara, salah satunya melakukan diplomasi.

R.P. Barston mendefinisikan diplomasi sebagai sebuah konsep yang berkaitan dengan pengelolaan hubungan antar negara dan antara negara dengan aktor lainnya. Dari perspektif negara, Barston mengatakan bahwa diplomasi berkaitan dengan mempromosikan dan melaksanakan kebijakan luar negeri negara.³⁰ Sementara itu, Pauline Kerr dan Geoffrey Wiseman mendefinisikan diplomasi sebagai suatu institusi luas yang dirancang untuk menyampaikan dan mewakili kepentingan dan identitas dari unit politik berdaulat, seperti negara, dan hal tersebut dilakukan oleh sekelompok individu khusus atau perwakilan terakreditasi.³¹ Perwakilan yang dimaksud oleh Kerr dan Wiseman dapat ditempatkan di dalam atau di luar negara dan bertindak sesuai dengan konvensi yang disepakati serta memiliki beberapa perlakuan atau kekebalan khusus.³² Dalam pelaksanaannya, diplomasi dapat dilakukan dalam berbagai jenis sesuai dengan kebutuhan negara terkait. Salah satu jenis diplomasi yang sedang gencar digunakan di dunia saat ini adalah diplomasi publik.

Diplomasi publik sendiri didefinisikan sebagai komunikasi antara pemerintah dengan publik asing yang bertujuan untuk mengubah pandangan publik

³⁰R P Barston, *Modern Diplomacy* (London ; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014), 1.

³¹Pauline Kerr and Geoffrey Wiseman, *Diplomacy in a Globalizing World : Theories and Practices* (New York: Oxford University Press, 2018), 73-77.

³²Ibid.

asing.³³ Diplomasi publik juga memiliki arti sebagai suatu proses komunikasi antara pemerintah dengan publik asing yang bertujuan untuk membangun pemahaman tentang ide dan tujuan negara terkait.³⁴ Dalam praktiknya, diplomasi publik sering kali diiringi dengan praktik *nation branding* terutama jika tujuan negara melakukan diplomasi publik adalah untuk menciptakan reputasi positif di mata dunia internasional. *Nation branding* didefinisikan sebagai strategi presentasi diri suatu negara dengan tujuan menciptakan reputasi melalui promosi kepentingan politik, ekonomi, dan sosial kepada publik domestik dan asing.³⁵

Dalam konsep *nation branding* ini, negara kemudian memiliki andil dalam membentuk pandangan dunia terhadap negaranya. Bahkan, negara dapat menciptakan satu *brand* tersendiri yang dapat merepresentasikan dan membedakan negaranya dengan negara lain. Penggunaan konsep *nation branding* ini sendiri semakin sering digunakan oleh negara-negara terutama dengan adanya keuntungan yang didapatkan apabila memiliki reputasi positif di mata dunia seperti meningkatkan pariwisata, meningkatkan daya saing negara dan memperkuat pengaruh politik.³⁶

Meskipun diplomasi publik dan *nation branding* terlihat seperti konsep yang serupa dan berjalan beriringan, para penstudi hubungan internasional masih memperdebatkan hubungan antara kedua konsep tersebut. Oleh karena itu, Szondi kemudian memperkenalkan lima pandangan untuk melihat hubungan antara

³³Gyorgy Szondi, *Public Diplomacy and Nation Branding : Conceptual Similarities and Differences* (The Hague: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, 2008), 6.

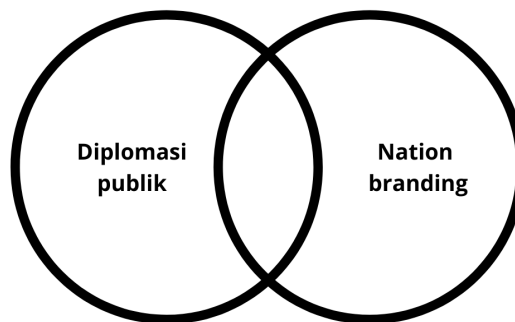
³⁴Gyorgy Szondi, loc.cit.

³⁵Gyorgy Szondi, op.cit, 5.

³⁶Ying Fan, "Branding the Nation: Towards a Better Understanding," *Place Branding and Public Diplomacy* 6, no. 2 (May 2010): 97–103, <https://doi.org/10.1057/pb.2010.16>, 99.

diplomasi publik dan *nation branding*. Salah satu pandangan Szondi bahwa diplomasi publik dan *nation branding* adalah dua konsep yang memiliki kesamaan tetapi juga memiliki keunikan tersendiri serta dapat berjalan beriringan. Berdasarkan pandangan ini, kedua konsep dilihat memiliki persamaan dalam hal nilai yang ingin disampaikan dan tujuan yang ingin dicapai.³⁷

Gambar 1.1 Hubungan antara diplomasi publik dan *nation branding*



Sumber: Public Diplomacy and Nation Branding : Conceptual Similarities and Differences³⁸

Salah satu bentuk diplomasi yang dapat dilihat dengan pandangan tersebut adalah diplomasi olahraga. Menurut Michal Marcin Kobierecki dan Piotr Strozek, diplomasi olahraga merupakan suatu metode penggunaan olahraga untuk mempengaruhi cara suatu negara dipersepsikan atau dipandang oleh publik internasional. Berdasarkan pandangan Kobierecki dan Strozek, diplomasi olahraga dilihat sebagai bentuk diplomasi yang berada pada irisan kedua konsep atau dengan kata lain dapat dikategorikan pada diplomasi publik dan *nation branding*. Adapun

³⁷Ying Fan, op.cit., 26-29.

³⁸Gyorgy Szondi, loc.cit.

diplomasi olahraga dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk, salah satunya dengan menyelenggarakan acara-acara olahraga khususnya acara olahraga yang dikategorikan sebagai SMEs.³⁹

Pandangan Kobierecki dan Strożek mengenai penyelenggaraan SMEs sebagai bentuk diplomasi olahraga juga didukung oleh pandangan Grix dan Brannagan. Keduanya memandang SMEs sebagai suatu instrumen bagi negara untuk meningkatkan martabat internasional, memperbaiki citra, meningkatkan penerimaan di ranah internasional, dan sebagai salah satu bentuk nyata kapabilitas negara dalam memanfaatkan *soft power*. Sederhana, Grix dan Brannagan melihat penyelenggaraan SMEs sebagai suatu upaya mempengaruhi citra internasional suatu negara dan hal tersebut merupakan fitur dari diplomasi publik dan *nation branding*.⁴⁰

Untuk melihat alasan atau tujuan suatu negara dalam menyelenggarakan SMEs, Grix dan Brannagan memperkenalkan konsep yang disebut sebagai *the five hoped-for legacies*. *Legacy* atau warisan yang dimaksud oleh Grix dan Brannagan adalah hasil yang diharapkan dari penyelenggaraan SMEs yang juga menjadi justifikasi atau tujuan bagi negara tersebut dalam menyelenggarakan SMEs terkait. Sederhananya, warisan ini menjadi alasan atau motivasi mengapa suatu negara menyelenggarakan SMEs.⁴¹

³⁹ Michał Marcin Kobierecki and Piotr Strożek, "Sports Mega-Events and Shaping the International Image of States: How Hosting the Olympic Games and FIFA World Cups Affects Interest in Host Nations," *International Politics*, 18 Maret, 2020, <https://doi.org/10.1057/s41311-020-00216-w>, 51-52.

⁴⁰ *Ibid*, 54-55

⁴¹ Jonathan Grix et al., "State Strategies for Leveraging Sports Mega-Events: Unpacking the Concept of 'Legacy,'" *International Journal of Sport Policy and Politics* 9, no. 2 (3 April, 2017): 203-18, <https://doi.org/10.1080/19406940.2017.1316761>.

Dalam konsep “*the five hoped-for legacies*”, Grix dan Brannagan mengemukakan ada lima kategori warisan yang paling umum dijadikan alasan suatu negara. **Kategori pertama** adalah ekonomi. Dalam kategori ini, penyelenggaraan SMEs diharapkan dapat meningkatkan pendapatan ekonomi negara penyelenggara khususnya melalui pendapatan tiket masuk, pembukaan lapangan kerja bagi penduduk lokal, peningkatan wisatawan, dan dalam jangka panjang juga dapat meningkatkan investasi asing. Kemudian, **kategori kedua** adalah regenerasi perkotaan yang dideskripsikan sebagai peluang dan manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat melalui penyelenggaraan SMEs. Adapun peluang dan manfaat tersebut dapat diciptakan melalui pembangunan kembali *wastelands*, lingkungan, dan sistem transportasi.⁴²

Kategori ketiga adalah *national pride* atau kebanggaan nasional. Kategori ini disebut juga sebagai pendapatan psikis negara karena lebih menekankan pada faktor *feel good* masyarakat seperti rasa kegembiraan dan kebanggaan yang muncul dari penyelenggaraan SMEs. Dalam penelitian ini, penulis tidak akan membahas kategori ketiga dalam analisis. Lalu **kategori keempat** adalah peningkatan partisipasi aktivitas fisik dan olahraga. Dalam kategori ini, penyelenggaraan SMEs, terutama dengan melihat para atlet, dapat meningkatkan partisipasi masyarakat tuan rumah dalam aktivitas olahraga. Dalam jangka panjang, peningkatan partisipasi aktivitas olahraga ini diharapkan juga dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat

⁴²Jonathan Grix et al., loc.cit.

dan mencegah penyakit sehingga dapat menekan biaya kesehatan di negara terkait.

43

Terakhir, **kategori kelima** yang merupakan kategori warisan yang diyakini paling umum dijadikan alasan negara dalam menyelenggarakan SMEs yakni terkait martabat internasional dan *soft power*. Penyelenggaraan SMEs dilihat oleh sebagian besar negara sebagai kesempatan berharga untuk meningkatkan citra mereka secara global, terlebih dengan fakta bahwa SMEs memiliki eksposur media yang tinggi. Tidak hanya meningkatkan citra, penyelenggaraan SMEs juga dilihat sebagai kesempatan untuk memperbaiki atau mengembalikan citra, meningkatkan pengaruh di ranah global, dan sebagai ajang suatu negara untuk menunjukkan daya saing dan keunggulannya ke masyarakat global.⁴⁴

1.8 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.8.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang mengandalkan pada data-data yang bersifat deskriptif dan non-numerik.⁴⁵ Melalui metode ini, penulis pertama-tama mengumpulkan data kemudian data-data tersebut dianalisis dan diinterpretasi. Proses interpretasi berdasarkan pada interpretasi personal penulis yang mengacu pada teori dan konsep. Setelah data diinterpretasi, penulis menarik kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Secara spesifik, jenis metode

⁴³Jonathan Grix et al., loc.cit.

⁴⁴Jonathan Grix et al., loc.cit.

⁴⁵John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 4th ed. (Erscheinungsort Nicht Ermittlbar: Sage Publications Ltd, 2014).

kualitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis studi kasus. Studi kasus adalah sebuah metode penelitian yang berfokus pada analisis suatu kasus dan kasus yang dimaksud dapat berupa program, peristiwa, kegiatan, atau individu.⁴⁶ Dalam penelitian ini, studi kasus yang dipilih adalah peristiwa Olimpiade Musim Dingin Beijing 2022 yang diselenggarakan oleh Tiongkok.

1.8.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur. Adapun literatur atau data yang digunakan merupakan data-data yang bersifat sekunder. Data sekunder sendiri merupakan data-data yang awalnya dikumpulkan untuk tujuan penelitian yang berbeda yang digunakan kembali untuk pertanyaan penelitian lain.⁴⁷ Dalam proses pengumpulan data, data-data ini diambil dari artikel, jurnal, buku, dokumen-dokumen resmi pemerintah dan berita yang relevan dengan penelitian.

1.9 Sistematika Pembahasan

Bab I membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, kegunaan penelitian, tujuan penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, serta sistematika pembahasan.

⁴⁶John W. Creswell, loc.cit.

⁴⁷Joop J. Hox and Hennie R. Boeije, "Data Collection, Primary vs. Secondary," *Encyclopedia of Social Measurement* 1 (2005), diakses 25 September 2022 melalui http://www.joophox.net/publist/ESM_DCOL05.pdf.

Bab II membahas mengenai perkembangan pemanfaatan olahraga sebagai instrumen diplomasi dan *nation branding* Tiongkok. Dalam bagian ini, penulis membuka dengan penjelasan mengenai alasan Tiongkok memanfaatkan olahraga sebagai instrumen diplomasi. Kemudian, penjelasan dilanjutkan dengan pembahasan mengenai sejarah pemanfaatan olahraga sebagai instrumen diplomasi oleh Tiongkok.

Bab III membahas mengenai analisis motivasi Tiongkok menawarkan diri menjadi tuan rumah Olimpiade Musim Dingin tahun 2022. Dalam bagian ini, analisis dilakukan dengan menggunakan teori dan konsep, khususnya konsep “*the five hoped-for legacies*”, yang telah diuraikan di dalam kerangka pemikiran. Analisis juga didukung oleh data-data yang telah dikumpulkan.

Bab IV membahas mengenai kesimpulan.