

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hubungan antara Rusia dengan Barat telah mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Era yang disebut sebagai masa ‘perang dunia baru’ atau ‘perang dunia 2.0’ bermula dari keterlibatan Rusia dalam krisis Ukraina dan kebijakannya untuk menganeksasi Krimea (Legvold, 2016 dalam Cottey, 2021:1). Keputusan yang mengejutkan banyak pihak ini dengan cepat membawa Rusia ke dalam dinamika konflik baru dengan Barat — khususnya Uni Eropa dan Amerika Serikat (AS). Serangkaian sanksi ekonomi dijatuhkan atas kebijakan agresif Rusia tersebut. Tak hanya itu, Rusia juga kerap mengedepankan *hard power*, seperti keterlibatan Rusia dalam penembakan Malaysia Airlines MH-17 dan upaya pembunuhan mantan agen intelijen Sergei Skripal di Inggris. Bukan hal baru jika Rusia di bawah kepemimpinan Vladimir Putin berupaya mengubah tatanan global yang ada dan menghilangkan hegemoni global AS. Upaya ini dilakukan dengan mendukung musuh-musuh AS, seperti intervensi Rusia dalam perang saudara di Suriah dan mendukung Presiden Bashar al-Assad pada 2015 dan dalam beberapa pemilihan di Barat — seperti pemilihan presiden AS 2016 dan sejumlah pemilihan Eropa (Meier, 2021:787). Langkah ini secara otomatis menimbulkan babak ketegangan baru antara Rusia dengan Barat.

Menurut Dmitri Trenin (2019), sikap Putin untuk mendukung musuh Washington semata-mata karena mereka menentang hegemon global tidak memperkuat posisi Rusia di tatanan global, melainkan malah menciptakan masalah tambahan. Pasca krisis Krimea, persepsi negatif tentang Rusia kian bermunculan dari para pemimpin negara hingga masyarakat secara umum. Presiden Barack Obama misalnya, mengatakan bahwa Rusia tidak lebih dari “kekuatan regional” yang tindakannya di Ukraina merupakan ekspresi kelemahan daripada kekuatan; dan Kanselir Jerman Angela Merkel yang menyebut upaya Rusia untuk menganeksasi Krimea merupakan “imperialisme abad yang lalu”. Menurut survei yang dilakukan oleh Gallup, 68 persen orang Amerika menganggap Rusia sebagai “tidak ramah” atau sebagai “musuh”. Tak hanya dikritik, Rusia dijatuhkan berbagai sanksi dari AS dan Uni Eropa, mulai dari sanksi ekonomi seperti pembekuan aset perusahaan Rusia dan para elit terdekat Putin, serta larangan perjalanan kepada beberapa pejabat dan oligarki Rusia. Selain

sanksi ekonomi, Rusia juga ‘diasingkan’ secara politis dari Barat dengan menanggukkan keanggotaan dari G8 dan kerjasama dengan NATO (Kobierecki, 2016:180).

Tak hanya di panggung internasional, dinamika domestik Rusia juga tak kalah pelik. Secara perekonomian, adanya sanksi dari Barat ditambah dengan anjloknya harga minyak telah mengirim ekonomi Rusia ke dalam resesi yang dalam. Tercatat Produk Domestik Bruto (PDB) Rusia turun hampir 5% pada kuartal terakhir dan pendapatan nyata yang dapat dibelanjakan turun 3,1% (Economist, 2015 dalam Gerstel, 2016:35). Hal ini telah membatasi Kremlin yang telah memilih untuk tidak — atau belum mampu — melakukan reformasi ekonomi untuk mengurangi krisis. Selain masalah ekonomi, rezim Putin mendapat pertentangan keras dari masyarakatnya akibat undang-undang propaganda anti-LGBT yang ditandatangani pada 2013. Pengesahan undang-undang ini bertepatan dengan peningkatan retorika homofobik di media pemerintah dan peningkatan kekerasan homofobik di seluruh negeri (Human Rights Watch, 2018:14).

Seperti yang didokumentasikan Human Rights Watch (Human Rights Watch, 2018:2-3), aksi ini termasuk serangan oleh kelompok main hakim sendiri dan individu terhadap orang-orang LGBT, dan peningkatan serangan terhadap aktivis hak-hak LGBT. Kelompok anti-gay menggunakan undang-undang tahun 2013 untuk membenarkan kampanye pelecehan dan intimidasi terhadap kaum LGBT. Hal ini membuktikan bagaimana Rusia mensponsori tindak homophobia dan transphobia yang mengancam langsung keselamatan kelompok LGBT di Rusia. Kecaman dan kritik terhadap rezim Putin tidak berakhir pada kasus undang-undang propaganda anti-LGBT tersebut. Pada Maret 2017, ribuan orang Rusia tersebar di seluruh negeri mengadakan demonstrasi yang menentang praktik korupsi pemerintahan Putin. Protes itu diserukan oleh pemimpin oposisi Alexei Navalny, yang organisasi anti-korupsinya merilis video yang membongkar kekayaan Perdana Menteri Dmitry Medvedev yang tidak pantas. Aksi ini merupakan salah satu demonstrasi oposisi terbesar yang paling signifikan sejak protes anti-Kremlin pada 2011-2012 (Roberts, 2017).

Bersamaan dengan eskalasi konflik yang ada, Rusia tengah mempersiapkan Piala Dunia Sepak Bola 2018. Perlu diketahui, turnamen ini merupakan perhelatan olahraga terbesar di dunia yang mempertandingkan 32 negara partisipan. Peliknya kondisi Rusia secara domestik maupun internasional memunculkan kontroversi dan perdebatan atas status Rusia sebagai

negara tuan rumah. Seruan boikot untuk mengambil Piala Dunia Sepak Bola 2018 dari Rusia berdatangan dari para pemimpin negara-negara Barat, seperti Wakil Perdana Menteri Inggris Nick Clegg (dalam Wong & Chadwick 2016:13) yang menyebut gagasan boikot sebagai “sanksi politik dan simbolis yang sangat kuat” bagi Rusia. Alasan lain untuk memboikot Rusia dari Piala Dunia berasal dari faktor keamanan, khususnya ancaman terorisme akibat keterlibatan Rusia di Suriah serta konfliknya dengan Ukraina. Perlu diketahui, kejuaraan Piala Dunia FIFA belum pernah diselenggarakan oleh suatu negara di bawah sanksi internasional dan dalam keadaan konflik militer *de facto* dengan tetangganya (Makarychev, 2019:196). Terlepas dari kontroversi yang ada, FIFA selaku badan penyelenggara tidak tergerak untuk memboikot Piala Dunia 2018 Rusia. Menurut Presiden FIFA kala itu, Sepp Blatter, boikot dalam olahraga tidak pernah ada manfaatnya dan situasi geopolitik akan mereda. FIFA juga tidak ingin campur tangan dengan politik dan terus mendorong kerja sama dengan Rusia (Taylor, 2014). Dari pihak Rusia sendiri, mereka tetap mempersiapkan Piala Dunia Sepak Bola 2018 sesuai rencana. Ketua komite penyelenggara Alexei Sorokin berkomitmen untuk tetap menyelenggarakan acara dan tidak memperdulikan mereka yang mencoba mengambil Piala Dunia Sepak Bola 2018 dari Rusia (Luhn, 2015).

Gelagat Rusia untuk tetap berupaya mempersiapkan Piala Dunia Sepak Bola terlepas dari hambatan dan penolakan yang dialami tidaklah mengejutkan. Bukan hal baru jika *Sport Mega Event* (SME) — seperti Piala Dunia Sepak Bola, Olimpiade, Asian Games dan Pan American Games — menjadi alat bagi negara dalam memajukan kepentingannya. Sifatnya yang berskala besar, memiliki daya tarik tinggi dan diakui secara internasional telah menjadi bisnis global yang sangat menguntungkan melalui sponsor, kontrak pemerintah dan swasta (Bondarik et al, 2004:108). Penyelenggaraan SME sendiri diorganisir oleh serangkaian aktor yang terdiri atas pemerintahan nasional, internasional hingga organisasi non-pemerintahan. Sehingga, tak heran jika negara berlomba menjadi tuan rumah SME mengingat banyaknya keuntungan yang dapat diperoleh. Rusia sebelumnya terbilang cukup aktif dalam penyelenggaraan SME, seperti Universiade di Kazan pada 2013 dan Olimpiade Musim Dingin di Sochi pada 2014 (Castro, 2018:24). Pengalaman sebagai tuan rumah SME tidak hanya memberikan bekal bagi persiapan Piala Dunia, melainkan juga memberikan harapan akan keuntungan yang akan diperoleh.

Beberapa bulan sebelum turnamen berlangsung, jajak pendapat publik menunjukkan keyakinan bahwa Rusia tidak dapat menyelenggarakan acara sebesar ini tanpa beberapa kegagalan. FIFA selaku organisasi penyelenggara harus mempertahankan keputusannya untuk mengadakan turnamen di sini terlepas dari berbagai keraguan dan seruan boikot yang muncul, khususnya dari Inggris pasca insiden Sergei Skripal (Sonin, 2018). Menurut survey Gallup pada 2017, diperkirakan hanya 10% orang yang akan menerima kesan positif dari Rusia selama Piala Dunia berlangsung. Pandangan pesimistik ini dipengaruhi oleh kejadian pada Olimpiade Sochi 2014 di mana ada beberapa layanan infrastruktur yang belum memadai, mulai dari kamar hotel yang kehilangan gagang pintu hingga terungkapnya skandal doping yang disponsori negara (Kurmanev & Beaton, 2018). Bagaimanapun, Rusia pada akhirnya berhasil menyelenggarakan Piala Dunia 2018 dengan sukses, bahkan digadang sebagai yang terbaik sepanjang sejarah.

Kesuksesan ini tidak hadir tanpa sebab. Selain karena pertandingannya yang menarik — penuh dengan persaingan sengit, gol-gol indah di menit akhir dan dipenuhi dengan kemenangan yang tak terduga — Rusia berhasil menjadi tuan rumah yang mengorganisir acara dengan baik (Sharma, 2018). Keraguan bahwa Rusia tidak mampu menyediakan infrastruktur transportasi dan pelayanan publik yang memadai untuk gelombang besar wisatawan terbukti salah. Seluruh 12 kota tuan rumah berhasil memberikan layanan infrastruktur yang memadai, seperti menambah 734 layanan kereta gratis bagi penonton pertandingan untuk berpindah kota. Rusia juga memberikan fasilitas yang sederhana, seperti *beanbag* sepak bola raksasa di bandara di Rostov yang disediakan agar para penggemar dapat tidur selagi menunggu penerbangannya. Layanan fasilitas seperti ini sangat dihargai oleh para pengunjung. Tak hanya itu, masyarakat lokal juga memberikan keamanan dan keramahan bagi para wisatawan asing dan tidak ada kekerasan berbasis rasisme atau hooliganisme seperti yang dikhawatirkan. Hal ini memberikan kesan yang sangat baik kepada hampir satu juta turis tentang negara tersebut (Sharma, 2018)

Di mata internasional, Rusia berhasil menyuguhkan citra sebagai negara yang ramah dan terbuka. Presiden Vladimir Putin (2018 dalam Castro, 2018:28) mengakui dalam pidatonya yang menyatakan bagaimana stereotip buruk tentang Rusia telah dihancurkan. Masyarakat dunia melihat bahwa Rusia adalah negara yang ramah dan bersahabat. Dewan Uni Eropa (dalam Castro, 2018:28) juga menyatakan bahwa Piala Dunia berjalan dengan lancar terlepas

dari konflik yang Rusia alami pasca krisis Ukraina. Presiden FIFA Gianni Infantino juga sepakat dengan Putin mengenai stereotip yang muncul sebelum ini. Infantino menegaskan bahwa Piala Dunia mengubah persepsi dunia tentang Rusia yang erat dengan citra otoriter negara dan membuat kita semua jatuh cinta dengan Rusia (Castro, 2018:28). Penasehat keamanan nasional AS John Bolton turut memuji keberhasilan Rusia. Dia berharap dapat mempelajari bagaimana Putin mampu menangani Piala Dunia dengan sangat sukses, mengingat AS akan menjadi tuan rumah Piala Dunia 2026 bersama dengan Meksiko dan Kanada. Arkady Dvorkovich — ketua komite organisasi lokal Piala Dunia — menilai reputasi baru Rusia sebagai hasil terpenting dibanding pertumbuhan PDB dari Piala Dunia. Citra Rusia sekarang lebih sesuai dengan kenyataan yang diharapkan menciptakan dasar untuk kepercayaan, keterbukaan, dan kemitraan internasional baru (Dvorkovich dalam Sonin, 2018). Singkatnya, keadaan Rusia pasca Piala Dunia mengalami perkembangan positif. Piala Dunia melakukan apa yang diharapkan Putin — mengubah persepsi banyak orang tentang negara ini — dan terbukti menjadi kesuksesan *soft power* bagi Rusia. Dengan demikian, keberhasilan Piala Dunia FIFA 2018 dalam mengembalikan reputasi internasional Rusia pasca reputasi buruk beberapa tahun sebelumnya menjadi menarik untuk dibahas.

1.2 Rumusan Masalah

Berkaca pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah tulisan ini adalah bagaimana Rusia menggunakan perhelatan Piala Dunia Sepak Bola 2018 sebagai alat untuk memperbaiki reputasi internasionalnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menjelaskan bagaimana Rusia menggunakan perhelatan Piala Dunia Sepak Bola 2018 sebagai alat untuk memperbaiki reputasi internasionalnya.

1.4. Tinjauan Literatur

1.4.1 Olahraga dan Sport Mega Event dalam Hubungan Internasional

Peran olahraga dalam hubungan internasional dapat ditelusuri sejak berakhirnya Perang Dunia Kedua. Sepanjang sejarahnya, perkembangan olahraga diiringi oleh ketegangan politik dan persaingan antar ideologi seperti kapitalisme melawan komunisme. Negara dan pemerintah sering menggunakan kompetisi internasional sebagai forum publik tingkat tinggi untuk memvalidasi sistem politik dan preferensi ideologis mereka dan untuk mengejar tujuan

kebijakan luar negeri tertentu (Bairner et al, 2016:29). Salah satu contohnya adalah pemanfaatan olahraga sebagai bentuk diplomasi, seperti diplomasi ping-pong antara Amerika dengan Tiongkok di awal 1970-an dan diplomasi kriket antara Amerika dengan Iran pada 1998. Udo Merkel (2016) dalam tulisannya yang berjudul *Sport as a Foreign Policy and Diplomatic Tool* mengkontekstualisasikan diplomasi olahraga sebagai

seluruh rangkaian kontak internasional antara atlet, tim, penonton, penggemar, pelatih, administrator, dan politisi dalam konteks kompetisi olahraga, acara olahraga, pertukaran, kerja sama, dan kolaborasi yang dimotivasi oleh kepentingan kebijakan luar negeri yang lebih luas dan memiliki implikasi bagi hubungan umum antara dan iklim politik secara keseluruhan di negara-negara yang terlibat (Merkel, 2016:2009).

Dengan berfokus pada Olimpiade Seoul 1988 dan pengaruhnya terhadap reunifikasi Korea Selatan dan Korea Utara, Merkel (2016:34) berargumen bahwa olahraga sebagai alat diplomasi tidak hanya meningkatkan *détente* antara dua Korea tetapi juga digunakan untuk menjaga isu reunifikasi dalam wacana publik. Hubungan politik kedua negara secara bertahap membaik pasca Olimpiade Seoul 1988. Kebijakan *The Sunshine Policy* yang diusung oleh Presiden Korea Selatan Kim Dae-jung, yang dikenal sebagai *The Sunshine Policy* mendukung pemulihan hubungan dan keterlibatan, termasuk bantuan ekonomi dan mendorong pertukaran budaya dan kerja sama politik. Kerja sama ini tercermin dan diperkuat dengan berbagai bentuk kerjasama di dunia olahraga yang disebut '*unification sports events*'. Unifikasi acara olahraga menjadi alat diplomatik penting untuk terlibat dengan yang lain, menumbuhkan rasa persatuan pan-Korea dan menjaga isu reunifikasi. Beberapa turnamen yang telah diadakan adalah Pertandingan Sepak Bola Unifikasi pada Oktober 1990 di Seoul dan Pyongyang, 'Turnamen Bola Basket Unifikasi' pada tahun 2000 dan 'Pyongyang-Nampho Marathon for Reunification' pada 2005 (Merkel, 2016:35).

1.4.2 Dampak Penyelenggaraan SME Terhadap Negara Tuan Rumah

Jonathan Grix dan Lee (2013) memaparkan tujuan Brasil, Afrika Selatan dan Cina dalam menyelenggarakan SME. Argumen utamanya adalah ketiga negara ini menggunakan SME untuk mencapai tujuan kebijakan diplomatik daripada tujuan kebijakan sosial dan ekonomi domestik. Secara kolektif, keputusan Afrika Selatan, Brasil dan Cina untuk menyelenggarakan SME adalah untuk mengomunikasikan identitas sebagai negara penjaga

norma-norma olahraga universal. Hal ini dilatarbelakangi oleh minimnya norma politik domestik mereka yang dianggap tidak memiliki daya tarik, seperti otoritarianisme Cina, tingginya disparitas di Brasil dan tingginya tingkat korupsi di Afrika Selatan (Grix & Lee, 2013: 526-7). Secara lebih spesifik, pada kasus Cina, alasan utama di balik penyelenggaraan Olimpiade Beijing 2008 adalah untuk mempromosikan kebangkitannya sebagai kekuatan baru dan membantu integrasi dan agensinya dalam sistem internasional. Berbeda dengan diplomasi ping-pong yang berperan sebagai *ice breaker* antara Cina-Amerika, dampak Olimpiade jauh melampaui itu. Olahraga bagi Cina telah menjadi acara yang menarik perhatian dunia terhadap sistem politik dan sosialnya dan sebagai ajang pembuktian bahwa dirinya telah bergeser dari negara adidaya regional menjadi kekuatan global (Grix & Lee, 2013:532). Berbeda dengan Cina, Grix & Lee (2013:533) berargumen bahwa Afrika Selatan ingin memanfaatkan jangkauan global Piala Dunia untuk menghilangkan citra negatif Afrika yang selama ini mendominasi, seperti perang, minimnya infrastruktur kesehatan dan kemiskinan. Hasilnya, Afrika Selatan mampu memberikan citra baru di mata publik asing sebagai negara Afrika pertama yang menyelenggarakan *mega-event* olahraga global.

Jika Grix & Lee berfokus pada tujuan, Knott et al (2013) dalam tulisannya yang berjudul *The Nation-Branding Legacy of the 2010 FIFA World Cup for South Africa* menguraikan dampak bagi Afrika Selatan pasca Piala Dunia 2010 di sektor pariwisata dan perubahan persepsi publik. Dengan menggunakan metode survei, wawancara tatap muka dan kuesioner, hasilnya mengindikasikan bahwa hampir tiga perempat (74%) pengunjung pertama kali setuju bahwa persepsi mereka tentang Afrika Selatan telah berubah sejak menghadiri Piala Dunia. Persepsi wisatawan olahraga yang sangat positif ini selaras dengan gagasan bahwa *mega-event* dapat digunakan secara efektif sebagai alat *branding* bangsa (Knott et al, 2013:583). Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki niat yang tinggi untuk mengunjungi Afrika Selatan lagi dan mendorong orang lain untuk berkunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa SME dapat mempromosikan atribut *nation branding* seperti manusia, budaya dan warisan, serta pariwisata (Knott et al, 2013:590).

Lalu, dalam tulisannya pada 2014, Jonathan Grix menguraikan dua studi kasus empiris — Piala Dunia Jerman 2006 dan Olimpiade London 2012 — dalam lensa *soft power* untuk menilai sejauh efektivitas SME dalam meningkatkan prestise internasional. Citra internasional Jerman tidak terpisah dari sejarah pahit — Warisan Reich Ketiga, kebiadaban

Nazi, dan perilaku suka berperang di awal abad ke-20 — yang tertanam dalam diri dan mitra internasionalnya. Namun, sentimen ini berubah pasca Piala Dunia 2006. Jerman mampu memproyeksikan citra internasional yang positif. The New York Times mencatat Piala Dunia sebagai turnamen yang dimainkan dalam semangat pesta dan ditandai dengan kemurahan hati yang berbeda dari citra Jerman sebelumnya yang mengejar patriotisme dengan ancaman. Perubahan persepsi Jerman di mata orang luar menurut Grix (2014:581) merupakan salah satu indikator keberhasilan *soft power*. Berbeda dengan Jerman, citra global Inggris umumnya positif. Namun, tidak hanya dipandang adil, inovatif, beragam, percaya diri, Inggris juga dipandang arogan, kuno dan dingin. Bagaimanapun, Inggris berhasil mempertahankan citra positifnya dengan memperoleh banyak tanggapan positif dari media internasional selama pelaksanaan Olimpiade London 2012 (Grix, 2014:586).

Bergeser dari proyeksi *soft power* yang mengarah pada citra internasional, Vitalii Gorokhov (2015) memaparkan mengenai dampak domestik yakni pembentukan identitas nasional dari penyelenggaraan SME di Rusia. Dengan membuat studi perbandingan ketiga SME yang dijalankan Russia — Universiade di Kazan pada 2013, Olimpiade Sochi 2014 dan Piala Dunia 2018 — penelitian ini mengungkapkan nasionalisme olahraga telah menjadi bagian integral dari nasionalisme yang disponsori negara untuk membangun identitas nasional seluruh Rusia. Hal ini tercermin dari penyelenggaraan tiga SME dalam waktu kurang dari satu dekade Rusia melihat SME selaku ‘jantung’ olahraga global sebagai sarana yang sah untuk mengakui kekuatan bangsa. Pembangunan retorika untuk memunculkan identitas bangsa yang kuat inilah yang ditransmisikan ke publik domestik. Retorika olahraga dalam politik dan kebijakan olahraga yang telah menjadi bagian integral sejak periode Soviet terus diwariskan oleh Rusia bagi publik domestiknya (Gorokhov, 2015:280 Untuk membangun retorika ini, elit penguasa Rusia mengikuti strategi integrasi intensif ke dalam olahraga global, seperti melakukan rekrutmen massal pelatih, manajer dan atlet internasional kelas atas.

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, keempat penulis memiliki inti argumen yang sama, yakni SME telah menjadi alat untuk memproyeksikan *soft power* suatu negara. *Soft power* yang ingin dicapai bervariasi menurut tujuan spesifik negara, namun umumnya berkaitan dengan membangun reputasi internasional mereka. SME dapat dikonseptualisasikan sebagai alat diplomasi publik maupun diplomasi olahraga. Tak hanya mengejar tujuan internasional, SME juga berdampak bagi politik domestik negara, seperti penguatan identitas nasional dan

nasionalisme. Dengan demikian, berangkat dari penelitian yang sudah ada, tulisan ini tidak berfokus pada dampak dari Piala Dunia Sepak Bola 2018 melainkan bagaimana upaya Rusia dalam memanfaatkan turnamen ini untuk memperbaiki reputasi negatifnya di panggung internasional.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Piala Dunia sebagai Alat Diplomasi Publik

Diplomasi publik memiliki sejarah panjang sebagai sarana untuk mempromosikan *soft power* suatu negara dan menjadi salah satu faktor esensial dalam memenangkan Perang Dingin. Pada era ini, praktik diplomasi publik hanya sekedar bentuk propaganda yang dilakukan oleh para diplomat. Berakhirnya Perang Dingin dan dimulainya globalisasi menjadikan model persaingan Perang Dingin ini menjadi kurang relevan sebagai pedoman diplomasi publik (Nye, 2008:94). Dalam hal inilah diplomasi publik baru mendefinisikan fokus baru dari diplomasi tradisional. Diplomasi publik tradisional hanya dilakukan oleh negara selaku aktor internasional. Namun kini, peran aktor internasional non-negara kian relevan. Lalu, terdapat perubahan mekanisme komunikasi, yang semula memanfaatkan radio dan surat kabar, berubah menjadi internet, satelit dan berita *real-time*. Diplomasi Publik Baru sifatnya tidak lagi *top-down* antara aktor-ke-orang, melainkan komunikasi orang-ke-orang dengan aktor internasional sebagai fasilitator (Cull, 2008:14). Secara lebih ringkas, Sharp (dalam Melissen, 2005:11) menggambarkannya sebagai 'proses di mana hubungan langsung dengan orang-orang di suatu negara dilakukan untuk memajukan kepentingan dan memperluas nilai-nilai dari mereka yang diwakili'. Sedangkan menurut Cull (2008:12), diplomasi publik merupakan upaya aktor internasional untuk mengelola lingkungan internasional melalui keterlibatan dengan publik asing.

Menyelenggarakan *mega-event* olahraga dalam banyak kasus memiliki makna politik yang kuat. Tidak hanya sebatas proyek bisnis global, SME ditujukan untuk meningkatkan prestise internasional negara — khususnya bagi negara-negara non-demokratis (Kobierecki, 2016:165), upaya pembangunan identitas (Makarychev & Yatsk, 2016:2), serta berpotensi besar dalam mempromosikan identitas nasional, keunikan budaya dan sejarah negara mereka (Arnold, 2016:16). Singkatnya, SME menjadi salah satu opsi unggulan bagi negara untuk meningkatkan *soft power*. Di tengah meningkatnya kritik dari Barat yang memperburuk citra internasional Rusia akibat sederet kebijakan kontroversi yang dilakukannya, penyelenggaraan

Piala Dunia menjadi kian penting. Besarnya *spotlight* yang diperoleh Rusia saat Piala Dunia berlangsung harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Rusia. Dengan demikian, Piala Dunia menjadi salah satu alat diplomasi publik utama bagi Rusia untuk meningkatkan *soft power*-nya, khususnya untuk mengembalikan reputasi buruk di panggung internasional. Terdapat lima elemen utama dalam menjalankan diplomasi publik menurut Cull (2008) yakni mendengarkan, advokasi dalam bentuk komunikasi strategis, diplomasi budaya -- termasuk *exchange diplomacy* -- serta penyiaran internasional. Keempat elemen ini akan membantu Penulis dalam menyusun logika berpikir untuk menganalisis upaya Rusia dalam menggunakan Piala Dunia Sepak Bola 2018 untuk memperbaiki reputasi internasionalnya.

1.5.1.1 Mendengarkan

Diplomasi publik dimulai dengan mendengarkan dan berkembang melalui dialog. Secara konkrit, Cull (2008:18) mendefinisikan mendengarkan sebagai upaya aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan mengumpulkan dan menyusun data tentang publik dan pendapat mereka di luar negeri dan menggunakan data itu untuk mengarahkan kebijakannya atau pendekatan diplomasi publiknya yang lebih luas. Praktik diplomasi publik yang benar adalah ketika seorang aktor internasional mencari audiens asing dan melibatkan mereka dengan mendengarkan daripada berbicara (Cull, 2008:18). Pada kasus Rusia, upaya mendengarkan dilakukan melalui lembaga *think tank*, khususnya *think tank* yang disponsori oleh negara dengan cakupan yang luas seperti Valdai Discussion Club dan Rethinking Russia. Pemikiran dan evaluasi *think tank* berguna dalam memberikan informasi alternatif kepada Kremlin.

1.5.1.2 Advokasi dalam Bentuk Komunikasi Strategis

Advokasi dalam konteks diplomasi publik dipahami sebagai upaya aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan melakukan kegiatan komunikasi internasional untuk secara aktif mempromosikan kebijakan, gagasan, atau kepentingan umum aktor tertentu di benak publik asing (Cull, 2008:19). Advokat harus mampu membentuk gagasan atau argumen sedemikian rupa agar dapat menyebar dan diduplikasi oleh orang lain yang berada di luar jangkauannya. Agar tujuannya tercapai secara optimal, upaya yang harus dilakukan para advokat tidak hanya berkomunikasi biasa tetapi merespon dengan strategis. Komunikasi strategis secara umum merupakan proyeksi negara terhadap nilai-nilai, kepentingan dan tujuan strategis jangka panjang tertentu ke khalayak domestik dan asing (Luoma-Aho et al,

2021: 12). Di Rusia, komunikasi strategis dapat dipahami sebagai kegiatan yang terkoordinasi secara strategis yang difokuskan pada pengelolaan khalayak sasaran di dalam dan di luar negeri dalam rangka meningkatkan reputasi negara di tingkat internasional (Vinogradova, 2013 dalam Luoma-Aho et al, 2021:13). Terdapat tiga elemen kunci dalam komunikasi strategis Rusia, yakni manajemen target audiens, nilai strategis dan interaksi informasi. Pada kasus ini, target audiens Rusia adalah masyarakat internasional, dengan nilai strategis untuk memulihkan citra internasional dan membuktikan bahwa dirinya tidak terisolasi dari dunia dan interaksi informasi melalui media sosial.

1.5.1.3 Diplomasi Budaya

Elemen ketiga diplomasi publik menurut Cull (2008:20) adalah diplomasi budaya, yakni upaya aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan membuat sumber daya dan prestasi budayanya dikenal di luar negeri dan/atau memfasilitasi transmisi budaya ke luar negeri. Contoh paling umum yang dilakukan negara adalah mendanai pameran seni internasional sebagai bentuk diplomasi budaya. Seiring berjalannya waktu, ada banyak media yang dapat digunakan dalam melakukan diplomasi budaya seperti melalui internet dan sosial media. Dalam kaitannya dengan Piala Dunia, penempatan 12 kota tuan rumah bukanlah tanpa alasan. Rusia secara strategis menempatkan kesebelas kota tuan rumah, seperti Saransk dan Kaliningrad, untuk menggambarkan keindahan kota-kota kecil di Rusia pada pengunjung internasional (Poturyan & Wilson, 2018). Salah satu komponen yang beririsan dengan diplomasi budaya adalah *exchange diplomacy*, yakni ketika negara mengirimkan warganya ke luar negeri dan menerima warga dari negara tersebut secara timbal balik. Dalam konteks ini, *exchange diplomacy* dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk mengejar tujuan yang sama dengan diplomasi budaya sehingga keduanya saling berkaitan.

1.5.1.4 Penyiaran Internasional

Penyiaran internasional adalah upaya aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan menggunakan teknologi radio, televisi, dan Internet untuk terlibat dengan publik asing. Penyiaran internasional yang dipraktikkan oleh negara dapat tumpang tindih dengan semua fungsi diplomasi publik lainnya termasuk mendengarkan dalam fungsi pemantauan/penelitian audiens, pekerjaan advokasi/informasi dalam editorial atau siaran kebijakan, diplomasi budaya dalam konten budayanya, dan pertukaran dalam pertukaran program dan personel dengan lembaga penyiaran lainnya (Cull, 2008:21). Elemen ini banyak digunakan oleh

berbagai negara untuk mempromosikan narasi mereka dan membentuk opini atau persepsi publik, seperti Russia Today (RT) yang menjadi proyek *soft power* yang cukup populer. Penulisan ini akan menilik media RT dan Sputnik News sebagai fokus analisis dikarenakan keduanya merupakan media besar yang didanai oleh pemerintah sebagai salah satu alat diplomasi publiknya di bidang media massa.

1.6. Argumentasi

Rusia berhasil menggunakan *event* penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2018 sebagai instrumen diplomasi publik untuk memperbaiki reputasi internasionalnya, di mana kesuksesan ini dilakukan setelah Moskow menyadari tentang adanya reputasi negatif Rusia di mata internasional yang direspons dengan komunikasi strategis, diplomasi budaya dan penyiaran internasional bernarasi positif sebelum dan selama penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2018.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi

Konsep

1.7.1.1 Diplomasi Publik

Istilah diplomasi publik tercatat dalam Kebijakan Luar Negeri Federasi Rusia 2016 yang menyatakan “..berkembang melalui diplomasi publik, kerjasama internasional, budaya, dan kemanusiaan sebagai sarana untuk membangun dialog antar peradaban, untuk mencapai konsensus, dan untuk memastikan pemahaman di antara orang-orang dengan tujuan tertentu”. Bagi Rusia, diplomasi publik bertujuan untuk mencapai citra negara yang objektif dan menguntungkan. Putin (2012) menyatakan bagaimana citra Rusia di luar negeri tidak dibentuk oleh Rusia sendiri yang mengakibatkan terdistorsi dan tidak mencerminkan situasi nyata di Rusia. Oleh sebab itu, tulisan ini mengadopsi definisi dari Nicholas Cull (2008:12) yang memahami diplomasi publik sebagai upaya aktor internasional untuk mengelola lingkungan internasional melalui keterlibatan dengan publik asing melalui empat elemen utama – mendengarkan, advokasi, diplomasi budaya dan penyiaran internasional.

1.7.1.2 Soft Power Menurut Rusia

Rusia memiliki pemahamannya sendiri terkait *soft power*. Pada Juli 2012, Presiden Putin (dalam Simons, 2014:4) mendefinisikan *soft power* sebagai “semua tentang mempromosikan

kepentingan dan kebijakan seseorang melalui persuasi dan menciptakan persepsi positif tentang negaranya, tidak hanya berdasarkan pencapaian materialnya tetapi juga warisan spiritual dan intelektualnya. Lalu dalam Konsep Kebijakan Luar Negeri Federasi Rusia tahun 2013 tercatat,

“*soft power* merupakan perangkat yang komprehensif untuk mencapai tujuan kebijakan luar negeri yang dibangun di atas potensi masyarakat sipil, informasi, budaya, dan metode serta teknologi lainnya sebagai alternatif diplomasi tradisional, menjadi komponen tak terpisahkan dari hubungan internasional modern. Pada saat yang sama, meningkatnya persaingan global dan meningkatnya potensi krisis terkadang menimbulkan risiko penggunaan “*soft power*” dan konsep hak asasi manusia secara destruktif dan melanggar hukum untuk memberikan tekanan politik pada negara-negara berdaulat, mencampuri urusan dalam negeri mereka, mengacaukan situasi politik mereka, dan memanipulasi opini publik, termasuk dengan dalih mendanai proyek budaya dan hak asasi manusia di luar negeri (Kementerian Luar Negeri 2013 dalam Tsvetkova & Ruschchin, 2021:54)

Dalam Konsep Kebijakan Luar Negeri Federasi Rusia, “*soft power*” telah menjadi bagian integral dari upaya pencapaian tujuan politik luar negeri. Ini terutama mencakup alat yang ditawarkan oleh masyarakat sipil, serta berbagai metode dan teknologi – dari informasi dan komunikasi hingga kemanusiaan dan jenis lainnya”. Pemahaman Rusia tentang *soft power* menekankan pada elemen pengaruh, berbeda dari pemahaman pakar politik Barat yang menekankan pada elemen daya tarik. Penekanan elemen pengaruh ini tercermin dari tujuan kebijakan luar negeri yang tercatat dalam Konsep 2016 (dalam Castro, 2018:19) yaitu mengkonsolidasikan posisi Federasi Rusia sebagai pusat pengaruh di dunia saat ini. Tercatat juga tujuan lain dari kebijakan luar negeri Rusia seperti; mempromosikan dan mengkonsolidasikan posisi bahasa Rusia di dunia; meningkatkan kesadaran global akan pencapaian budaya Rusia dan warisan sejarah nasional, identitas budaya masyarakat Rusia, serta pendidikan dan penelitian Rusia; mengkonsolidasikan diaspora berbahasa Rusia; untuk memperkuat kedudukan media massa dan alat komunikasi Rusia di ruang informasi global dan menyampaikan perspektif Rusia tentang proses internasional kepada komunitas internasional yang lebih luas (Federasi Rusia 2016 dalam Castro, 2018:20).

1.7.2 Tipe Penelitian

Penelitian yang dijalankan penulis adalah jenis penelitian eksplanatif. Penulis berupaya untuk menjelaskan bagaimana Rusia menggunakan Piala Dunia sebagai alat diplomasi publik untuk memperbaiki reputasi internasionalnya.

1.7.3 Ruang Lingkup dan Jangkauan Penelitian

Ruang lingkup dan jangkauan penelitian ini akan berfokus pada dinamika dan proses Rusia selama tahun 2010 — ketika Rusia memenangkan *bidding* sebagai negara tuan rumah Piala Dunia Sepak Bola — hingga tahun 2018 ketika Piala Dunia Sepak Bola terselenggarakan.

1.7.4 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Penelitian ini dilengkapi oleh data-data pendukung yang penulis peroleh dari sumber primer dan sekunder. Sumber primer berasal dari kutipan pidato Presiden dan tokoh politik Rusia lain serta rilis berita resmi dari situs resmi pemerintah. Sumber sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, artikel berita, serta literatur-literatur terdahulu yang berkaitan dengan topik ini. Penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terbagi ke dalam lima bab. Bab pertama berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan literatur, kerangka pemikiran, hipotesis, dan metodologi penelitian. Bab kedua membahas tentang elemen mendengarkan yang Rusia lakukan. Bab ketiga membahas mengenai langkah Rusia memulihkan citranya melalui komunikasi strategis, diplomasi budaya dan penyiaran internasional sebelum Piala Dunia Sepak Bola 2018 berlangsung. Bab keempat akan membahas upaya Rusia dalam memulihkan citranya selama Piala Dunia Sepak Bola 2015 berlangsung. Bab kelima adalah kesimpulan.