

BAB II

DINAMIKA DIPLOMASI OLAHRAGA DENGAN CITRA NEGARA AMERIKA SERIKAT

Pada era modern saat ini penggunaan olahraga sebagai sebuah alat dalam pelaksanaan diplomasi sebuah negara menjadi hal yang sangat penting. Olahraga dianggap memiliki sebuah kekuatan untuk membuat masyarakat lebih setara, kohesif secara sosial, dan damai (Spaaij, 2011). Dapat diartikan bahwa penggunaan olahraga ini dapat menyatukan dan meruntuhkan berbagai penghalang dalam hubungan antar individu. Dengan istilah *Sport Diplomacy*, olahraga menjadi instrumen utama sebuah negara dalam mencapai diplomasi publik. Melihat hal tersebut Amerika Serikat menggunakan Diplomasi Olahraga sebagai alat dalam membangun citra negara khususnya di Indonesia. Pada bab ini akan membahas mengenai bagaimana hubungan Amerika Serikat dengan Indonesia melalui kajian Diplomasi Olahraga.

2.1. Perspektif Pada Citra Negara Amerika Serikat

Citra sebuah negara dapat dipelajari melalui berbagai studi, perspektif, dan cara pandang yang beragam seperti dari segi studi bisnis, psikologi sosial, komunikasi, dan politik. Menurut (Buhmann dan Ingenhoff, 2015) bahwa citra sebuah negara merupakan sebab akibat dari proses sosial seperti psikologi sosial yang kemungkinan besar berakibat pada ekonomi, budaya, dan politik. Terdapat empat model untuk menganalisis citra sebuah negara antara lain yaitu dimensi fungsional yang mengacu pada kompetensi dan daya saing sebuah negara, dimensi normatif

yang mengacu pada kepercayaan mengenai integritas dari norma dan nilai dari sebuah negara, dimensi estetika yang mengacu pada keindahan dan daya tarik dari kebudayaan. Semua dimensi tersebut mengarah pada dimensi terakhir yaitu dimensi simpatik yang menangkap seluruh daya tarik dari sebuah negara.

Diplomasi publik mulai muncul pada tahun 1960an yang didefinisikan sebagai sebuah praktek kebijakan luar negeri melalui interaksi dengan publik internasional (Cull, 2010). Diplomasi publik juga dapat diartikan sebagai penggunaan komunikasi dengan publik internasional sebagai sebuah alat bagi pemerintah, organisasi, dan individu untuk meningkatkan citra sebuah negara yang berakibat pada tercapainya kepentingan luar negeri. Diplomasi publik termasuk dalam ranah *soft power* yang lebih menggunakan daya tarik daripada kekuatan militer atau sanksi ekonomi untuk mencapai kepentingan luar negeri sebuah negara. Adapun beberapa aspek penting dalam penggunaan *soft power* sebuah negara antara lain yaitu nilai dan budaya. Salah satu bentuk dari aspek kebudayaan diwujudkan dengan penggunaan olahraga sebagai bagian dari diplomasi publik.

Pada prakteknya setelah terjadinya Perang Dunia II Amerika Serikat menggunakan diplomasi *smart power* yaitu gabungan antara *hard power* maupun *soft power* dalam membangun cita negara dalam publik internasional. Dengan menggunakan diplomasi *smart power* tersebut, Amerika Serikat membuat sebuah aliansi untuk mencapai kepentingan luar negerinya yang pada akhirnya meruntuhkan negara Uni Soviet. Runtuhnya Uni Soviet membuat Amerika Serikat menjadi negara *super power* satu-satunya dalam dunia internasional. Hal tersebut membuat citra negara Amerika Serikat menjadi semakin kuat. Namun

dengan adanya peristiwa 9/11 membuat Amerika Serikat lebih sering menggunakan diplomasi *hard power* dengan menyerang negara-negara mayoritas Islam. Akibatnya citra negara Amerika Serikat menjadi menurun karena banyak muncul pandangan *Anti Americanism* yang berkembang di berbagai negara-negara dengan mayoritas penduduk beragam Islam termasuk Indonesia. Peristiwa tersebut menjadi penting bagi proses diplomasi Amerika Serikat di Indonesia.

2.1.1 Terjadinya Peristiwa WTC 9/11

Citra negara Amerika Serikat mulai memburuk sejak peristiwa penyerangan yang terjadi di Gedung WTC dan Gedung Pentagon di Washington D.C pada tanggal 11 September 2001. Peristiwa tersebut terjadi setelah terpilihnya George Bush sebagai Presiden Amerika Serikat ke 43. Peristiwa yang dikenal dengan istilah 9/11 tersebut menghebohkan dunia internasional. Penyerangan tersebut berupa teror bom yang diduga dilakukan oleh kelompok Al-Qaeda yang disebut dengan kelompok teroris (Kean, 2002). Sebanyak 2.753 orang meninggal dunia akibat dari serangan yang menimpa Gedung WTC. Pada saat itu pesawat American Airlines Flight 11 dan United Airlines Flight 175 yang dibajak oleh para teroris tersebut menabrak Gedung WTC. Sedangkan pesawat American Airlines Flight 77 menabrak Gedung Pentagon yang menewaskan sebanyak 184 korban jiwa. Para korban tersebut merupakan para pegawai dan para pengunjung Gedung WTC dan Gedung Pentagon. Peristiwa tersebut membuat Amerika Serikat mengalami kerugian pada bidang ekonomi sebanyak US\$ 123 miliar selama 2-4 minggu pasca serangan bom oleh para teroris. Tidak hanya itu, Amerika Serikat juga harus menelan kerugian pada infrastruktur

kereta bawah tanah sebanyak US\$ 40 miliar dan membayar asuransi bagi para korban sebanyak US\$ 9,3 miliar (Kedang, 2017).

Dalam menyikapi peristiwa tersebut, presiden Bush membuat kebijakan luar negeri yang menyatakan perang terhadap terorisme. Kebijakan Bush tersebut dikenal dengan kebijakan *war on terror* yang berfokus untuk memerangi teroris dan semua negara yang mendukung adanya tindakan terorisme. Tujuan dari kebijakan tersebut adalah untuk mempengaruhi negara-negara lain untuk terlibat kerja sama untuk memerangi terorisme. Kebijakan tersebut langsung direspon oleh dunia internasional yang memunculkan pro dan kontra terhadap sikap dari Amerika Serikat terhadap terorisme. Banyak negara yang mengecam kebijakan Bush karena dapat menyudutkan negara-negara islam yang diduga terlibat dalam tindakan terorisme. Walaupun banyak mendapatkan kecaman, Amerika Serikat tetap menjalankan kebijakan luar negeri tersebut sebagai bentuk perlawanan terhadap tindakan terorisme yang menimpa Gedung WTC dan Gedung Pentagon.

Terdapat tiga agenda utama dari kebijakan *war on terror* yang dideklarasikan oleh presiden Bush. Agenda tersebut diantaranya yaitu *USA Patriot Act*, *Counter Terrorism*, *US National Security Strategy*. Ketiga agenda tersebut membuat Amerika Serikat dinilai sangat agresif dalam memerangi terorisme. Mulai dari pembentukan undang-undang sampai strategi untuk mencegah dan menyerang aksi terorisme. Strategi tersebut menjadi sebuah bentuk agresifitas Amerika Serikat dengan melakukan serangan yang ofensif sebelum musuh menyerang (Winingsih, 2009).

Akibat peristiwa 9/11 tersebut membuat kebijakan luar negeri Amerika Serikat dibawah pemerintahan presiden Bush berfokus pada *hard diplomacy*. Kebijakan *hard diplomacy* tersebut dapat dilihat dari penggunaan bidang militer yang lebih menonjol seperti kebijakan yang dibuat oleh presiden Bush untuk mencapai kepentingan Amerika Serikat. Hal tersebut membuat Amerika Serikat dianggap terlalu agresif dengan menuduh dan menyerang Islam sebagai penyebab terjadinya peristiwa 9/11. Menurut penelitian Vivien Walker yang melakukan survey terhadap beberapa negara islam menyebutkan bahwa 82% penduduk Palestina, 74% penduduk Yordania, 69% penduduk Turki, 70% penduduk Mesir memiliki pandangan negatif terhadap Amerika Serikat (Walker, 2012). Angka tersebut menunjukkan bahwa diantara negara Islam sudah menaruh rasa tidak percaya dengan pandangan yang negatif karena kebijakan luar negeri dari Amerika Serikat yang terlalu agresif terhadap negara-negara Islam.

2.1.2 Citra Amerika Serikat Setelah 9/11

Setelah terjadinya peristiwa 9/11, citra Amerika Serikat mulai menurun akibat dari kebijakan presiden Bush yang agresif untuk memerangi dan memusuhi tindakan terorisme. Tindakan yang diambil Bush tersebut merugikan bagi Amerika Serikat dan juga bagi negara-negara Islam dan kawasan Timur Tengah. Bagi Amerika Serikat, kerugian tersebut berdampak pada citra negaranya yang menurun dalam dunia internasional dengan munculnya padangan *Anti Americanism*. Sedangkan bagi negara-negara Islam, kerugian tersebut berdampak pada munculnya pandangan Islamophobia.

Menurut survey yang dilakukan oleh Pew Research Global (2007) menyatakan bahwa munculnya pandangan *Anti Americanism* dalam dunia internasional terutama pada negara-negara Islam mempunyai beberapa alasan tertentu. Alasan pertama, pandangan negatif mengenai Amerika Serikat tidak hanya terjadi di kawasan Eropa saja, namun pandangan tersebut banyak berkembang di negara-negara Islam khususnya kawasan Timur Tengah yang memiliki kebencian terhadap Amerika Serikat. Alasan kedua, pandangan *Anti Americanism* ini merupakan fenomena global yang sudah terbentuk sangat kuat dalam dunia internasional, khususnya pada negara-negara Islam. Apalagi dengan adanya serangan Amerika Serikat ke Irak membuat pandangan negatif mengenai Amerika Serikat berkembang di negara-negara Islam di luar kawasan Timur Tengah seperti di Indonesia. Citra negara Amerika Serikat mulai menurun di Indonesia sejak tahun 2002, dimana peringkat ketertarikan terhadap Amerika Serikat turun drastis dari 61% ke 15% saja. Menurut penelitian dari *Pew Research Global*, mayoritas negara Islam yang memiliki pandangan *Anti Americanism* mengkhawatirkan bahwa sikap Amerika Serikat tersebut dapat memberikan ancaman di bidang militer bagi negara mereka. (PewResearchGlobal, 2007). Alasan ketiga, dengan munculnya pandangan *Anti Americanism* yang semakin kuat secara global membuat pandangan tersebut sudah mengakar dan sulit untuk dihilangkan. Pandangan *Anti Americanism* tidak hanya di negara-negara Islam saja, pandangan negatif mengenai Amerika Serikat juga berkembang di kawasan Eropa. Masyarakat Eropa mulai menganggap bahwa apa yang dilakukan oleh Amerika Serikat sebagai sebuah ancaman

terhadap perdamaian dunia. Alasan keempat, pandangan mengenai *Anti Americanism* tidak hanya menganggap Amerika Serikat sebagai sebuah negara saja, namun lebih dari itu pandangan terhadap warga Amerika Serikat juga ikut menurun. Oleh karena itu, pandangan *Anti Americanism* ini seiring berjalannya waktu semakin berkembang dan semakin tidak terbandung. Pandangan baik mengenai warga Amerika Serikat di beberapa negara seperti Indonesia, Turki, Yordania, dan Spanyol terus menerus menurun (PewResearchGlobal, 2007).

Semakin berkembangnya pandangan *Anti Americanism* membuat Amerika Serikat merasakan dampak yang merugikan dalam berbagai bidang khususnya pada bidang ekonomi. Bagaimana tidak, Amerika Serikat mendapatkan boikot pada bidang ekonomi khususnya di negara yang mayoritas beragama Islam. Contohnya seperti di Indonesia, tindakan boikot produk dari Amerika Serikat mulai muncul dengan adanya aksi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI). Aksi boikot tersebut ditujukan pada restoran franchise dari Amerika Serikat seperti KFC, McDonalds, dan Burger King. Tujuan dari aksi tersebut adalah untuk memaksa pemerintah Indonesia untuk melakukan boikot secara nasional terhadap produk dari Amerika Serikat (Suparman, 2014).

Dengan adanya aksi yang mulai merugikan di negara-negara mayoritas beragama Islam membuat Amerika Serikat tidak tinggal diam. Sebagai salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah Amerika Serikat menjalankan diplomasi publiknya menggunakan beberapa instrumen diplomasi. Contohnya menggunakan media massa sebagai sebuah alat diplomasi publik

untuk meningkatkan citra negaranya. Penggunaan media massa tersebut sangatlah penting karena sebagai upaya yang dilakukan sebuah negara untuk mencapai kepentingan nasional menggunakan aspek-aspek seperti *informing*, *understanding*, dan *influencing* masyarakat internasional (*Public Diplomacy Alumni Association*, 2017). Media massa merupakan bagian penting bagi sebuah negara untuk membentuk sebuah opini publik dan digunakan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat internasional. Media massa tersebut contohnya berupa publikasi, berita, siaran radio, dan TV.

Selain menggunakan alat media massa dalam menjalankan diplomasi publiknya, Amerika Serikat juga menggunakan instrument lainnya salah satunya adalah olahraga. Olahraga termasuk dalam kebudayaan negara Amerika Serikat yang berkembang sejak lama. Dalam olahraga terdapat nilai-nilai positif yang berusaha disebarkan oleh Amerika Serikat kepada masyarakat internasional seperti kerjasama, sportifitas, dan saling menghormati. Tujuannya tidak lain untuk memunculkan kembali daya tarik yang sebelumnya mulai menurun oleh masyarakat internasional khususnya pada negara-negara islam. Hal tersebut dilakukan agar kepentingan nasional Amerika Serikat yaitu meningkatkan citra negaranya dapat tercapai.

2.2. Diplomasi Olahraga Amerika Serikat

Mulai menurunnya citra Amerika Serikat akibat berkembangnya pandangan *Anti Americanism* sebagai sebuah fenomena global membuat Amerika Serikat harus memikirkan cara yang lebih halus dalam menjalankan kepentingan luar negerinya. Respon yang negatif dari penggunaan hard diplomacy dalam memerangi tindakan

terorisme berakibat pada menurunnya citra negara Amerika Serikat dalam dunia internasional khususnya pada negara-negara Islam. Pada akhirnya, dibawah pemerintahan presiden Bush Amerika Serikat tidak hanya menggunakan *hard power diplomacy* namun mulai beralih menggunakan *soft power* diplomasi melalui penggunaan diplomasi publik. Dalam ranah diplomasi publik yang mengandalkan interaksi secara langsung dengan masyarakat internasional membuat Amerika Serikat salah satunya memilih olahraga sebagai sebuah alat dalam diplomasi publik.

Amerika Serikat sebagai negara maju telah melakukan praktek diplomasi olahraga sejak lama. Olahraga dipilih karena merupakan Bahasa universal yang mudah dipahami oleh siapapun. Selain itu, dalam olahraga terdapat nilai-nilai positif seperti kerjasama, sportifitas, dan saling mengormati yang sangat membantu Amerika Serikat dalam mengubah pola pikir dan mempengaruhi pandangan mengenai Amerika Serikat pasca terjadinya serangan 9/11. Olahraga juga termasuk dalam kebudayaan Amerika Serikat sejak dulu. Budaya merupakan sebuah jembatan untuk memunculkan daya tarik sebuah negara dengan yang lainnya. Penggunaan diplomasi olahraga oleh Amerika Serikat ini dilakukan untuk meningkatkan hubungan internasional dengan negara lain serta untuk meningkatkan citra negaranya yang sempat menurun akibat adanya pandangan *Anti Americanism*.

2.2.1 Sejarah Diplomasi Olahraga Amerika Serikat

Diplomasi merupakan sebuah “senjata” yang dimiliki oleh Amerika Serikat sebagai alat untuk mencapai kepentingan luar negerinya. Dengan penggunaan diplomasi yang tepat Amerika Serikat menjadi negara yang

memiliki kekuatan besar dalam dunia internasional. Diplomasi termasuk dalam penggunaan *soft power* sebagai cara yang halus untuk mempengaruhi pandangan negara lain. Amerika Serikat membuat berbagai strategi dalam menjalankan diplomasinya. Salah satunya penggunaan olahraga sebagai sebuah alat dalam menjalankan sebuah diplomasi.

Penggunaan olahraga dalam praktek diplomasi Amerika Serikat sudah berjalan jauh sebelum adanya peristiwa 9/11. Terdapat dua aktivitas diplomasi yang melibatkan penggunaan olahraga. Pertama, penggunaan olahraga ping pong atau tennis meja dalam diplomasi antara Amerika Serikat dan Cina. Diplomasi olahraga oleh Amerika Serikat dimulai pada bulan April 1971 ketika kejuaraan dunia tennis meja yang berlangsung di Nagoya, Jepang. Peristiwa tersebut bermula ketika salah satu atlet Amerika Serikat berinteraksi dengan salah satu atlet dari Cina. Interaksi positif antara kedua atlet tersebut menarik perhatian media yang berujung diundangnya para atlet Amerika Serikat melalui *US Table Tennis Federations* oleh federasi tennis meja Cina untuk melakukan kunjungan ke Cina. Undangan tersebut merupakan bentuk ajakan federasi Cina untuk mengadakan serangkaian pertandingan persahabatan yang dilaksanakan di Cina.

Menurut Mayumi Itoh (2011) menyebutkan bahwa diplomasi ping pong merupakan penggunaan kejuaraan dunia tennis meja sebagai sebuah kendaraan diplomatik untuk memperbaiki kebuntuan hubungan diplomatik yang terjadi diantara Amerika Serikat dan Cina melalui jalur diplomasi resmi (Itoh, 2011). Diplomasi Ping Pong ini dianggap berhasil memperbaiki hubungan antara

Amerika Serikat dan Cina yang sebelumnya renggang. Sikap yang ditunjukkan oleh para atlet tennis meja tersebut melunakkan hati Amerika Serikat untuk membuka dialog diplomatik kepada Cina. Setelah terjadinya pertandingan persahabatan tennis meja yang berlangsung antara Amerika Serikat dan Cina tersebut membuka dialog diplomatik melalui serangkaian kunjungan terbuka antara kedua negara. Dimulai dengan kunjungan Henry Kissinger yaitu penasihat keamanan nasional Amerika Serikat pada 1971 yang kemudian dilanjutkan dengan kunjungan diplomatik Presiden Richard Nixon di bulan Februari 1972. Puncak dari serangkaian kunjungan tersebut yaitu pada awal tahun 1979 wakil perdana menteri Cina yaitu Deng Xiaoping yang berkunjung ke Washington.

Kedua, penggunaan olahraga baseball dalam diplomasi Amerika Serikat dan Kuba. Hubungan antara Amerika Serikat dan Kuba mulai memanas pada awal tahun 1970an akibat dari perbedaan ideologi politik pada saat Perang Dingin. Ketegangan antara Amerika Serikat dan Kuba diperparah dengan adanya spionase yang dilakukan oleh kedua negara (Carter dan Sugden, 2011). Kedua negara menggunakan diplomasi baseball sebagai sarana untuk meredakan hubungan yang sempat memanas tersebut. Pada tahun 1974 sikap keras Amerika Serikat terhadap Kuba mulai melunak melalui Foreign Relations Committee yang memilih pemulihan hubungan diplomatik antara kedua negara dan mengakhiri embargo perdagangan. Diplomasi Baseball ini berupa pertandingan persahabatan antara Amerika Serikat yang diwakili oleh tim

bintang dari liga Baseball mereka yaitu Major League Baseball (MLB) dan tim nasional Baseball Kuba.

Pertandingan Baseball antara Amerika Serikat dan Kuba merupakan ide dari komisioner Major League Baseball (MLB) yaitu Bowie Kuhn. Menurut Kuhn pertandingan tersebut dapat meningkatkan citra negara Amerika Serikat terhadap Kuba (Carter dan Sugden, 2011). Selain itu pertandingan persahabatan tersebut juga menjadi isyarat simbolis yang berpotensi kuat yang dapat menangkalkan propaganda Kuba yang menjelekkan Amerika Serikat, sekaligus mengklarifikasi kebijakan pemerintah Amerika Serikat terhadap Kuba. Beberapa contoh kasus yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa penggunaan olahraga sebagai bagian dari diplomasi Amerika Serikat sangat penting dalam menjalankan hubungan internasional.

2.2.2 Strategi Amerika Serikat Dalam Diplomasi Olahraga

Olahraga menggerakkan miliaran dollar, menarik miliaran perhatian masyarakat dunia, dan menimbulkan miliaran emosi di seluruh dunia. Dari situ kita dapat melihat bahwa olahraga merupakan area aktivitas manusia yang memiliki jangkauan dan koneksi yang sangat besar sehingga jelas berpengaruh pada hubungan internasional dan diplomasi. Dengan melihat pengaruh yang besar dari olahraga dalam hubungan internasional, Amerika Serikat sebagai negara maju menggunakan diplomasi olahraga dalam mencapai kepentingan luar negerinya.

Amerika Serikat membentuk sebuah divisi khusus yang mengurus mengenai diplomasi olahraga atau yang disebut dengan *Sport Diplomacy*

Division of the US State Departement yang berada dibawah departemen luar negeri Amerika Serikat. Departemen tersebut berperan sebagai aktor utama yang bertanggung jawab atas kebijakan luar negeri dalam hal ini memegang peran sentral bagi diplomasi olahraga Amerika Serikat oleh *Sport Diplomacy Division* (SDD).

Kebijakan luar negeri Amerika Serikat memiliki empat pilar strategis yang termuat dalam *US Joint Strategic Plan*. Empat pilar tersebut antara lain yaitu melindungi rakyat amerika, tanah air, dan cara hidup Amerika; mempromosikan kemakmuran Amerika; pertahankan perdamaian melalui kekuatan; dan memajukan pengaruh Amerika. Untuk mencapai tujuan tersebut dimasukkan ke dalam strategi yang lebih spesifik yaitu *Public Diplomacy Strategy Plan and Functional Bureau Strategy Plan*.

2.2.2.1 U.S. Department of State's Sport Diplomacy Division

Dalam menjalankan praktek diplomasi olahraganya Amerika Serikat melalui divisi *Sports United* yang berada dalam *State Department's Bureau of Educational and Cultural Affairs* (ECA). Divisi tersebut mengkoordinasikan berbagai program yang menggunakan olahraga sebagai sarana untuk melibatkan khalayak khususnya para generasi muda yang kritis serta untuk mempromosikan pembelajaran lintas budaya dan sebagai sarana untuk saling mengerti antara masyarakat Amerika dengan masyarakat internasional melalui hubungan *people to people*. Pada program tersebut menyediakan pelatih asing dan program administrator olahraga dengan peluang pengembangan karir di bidang-bidang seperti inklusi perempuan

dan anak, pemuda yang kurang terlayani, minoritas, dan penyandang disabilitas, manajemen tim, dan keterampilan bermain olahraga. Program tersebut membekali para atlet muda dengan pelatihan resolusi konflik, pengenalan kegiatan olahraga bagi penyandang disabilitas, keterampilan kepemimpinan, sesi pelatihan olahraga, dan kegiatan pembangunan tim yang diarahkan untuk memberdayakan pemuda agar menjadi peserta yang aktif pada komunitas mereka.

Pada awalnya *U.S. Department of State's Sports Diplomacy Division* yang sebelumnya bernama *Sports United Programs* ini berdiri pada tahun 2002 dengan sebuah kompetisi olahraga pada generasi muda yang berfokus pada penjangkauan komunitas muslim. Pada tahun 2003 Departemen Luar Negeri Amerika Serikat membawa sekelompok pemanah Irak untuk datang ke Amerika Serikat untuk mengikuti Kejuaraan Panahan Dunia. Departemen Luar Negeri menerapkan program pertama pada tahun 2005 dengan sebuah program pengutusan duta olahraga melalui kemitraan dengan NBA dan Reebok. Kemudian pada tahun 2006 membuat sebuah program inisiatif yang bernama "*World Cup Sports Initiative*" yang menjadi penanda upaya diplomasi olahraga yang memiliki skala besar pertama dari Divisi *SportsUnited*. Program "*World Cup Sports Initiative*" ini membawa 30 pemuda dari 13 negara ke Amerika Serikat untuk berpartisipasi dalam program terkait Piala Dunia dengan tema "*A time to make friends*" (*Bureau of Educational and Cultural Affairs*, 2017). Puncak dari program ini adalah kunjungan ke Jerman dimana kelompok tersebut menghadiri pertandingan

piala dunia antara Amerika Serikat dengan tuan rumah Piala Dunia yaitu Jerman. Sejak dilaksanakannya program tersebut diplomasi olahraga Amerika Serikat telah melibatkan lebih dari 1500 atlet dan pelatih dari 140 negara dalam programnya (*Bureau of Educational and Cultural Affairs*, 2017)..

2.2.2.2 Program U.S. Department of State's Sports Diplomacy Division

Dalam pelaksanaannya departemen ini memiliki beberapa program antara lain *Sports Envoy Program*, *Sports Visitor Program*, *International Sports Programming Initiative* (ISPI), dan *Global Sports Mentoring Program* (GSMP). Pada tahun 2017 keempat program tersebut menghabiskan dana sebesar US\$ 5.5 juta dan diperkirakan anggaran dana tetap dalam jumlah tersebut dalam beberapa tahun lagi (Alvarez, 2017). Pertama, *Sports Envoy Programs* adalah atlet maupun pelatih yang dikirim ke luar negeri untuk memimpin sebuah program (sportenvoy.com, 2023). Para pelatih dan atlet dari Amerika Serikat ini mengadakan sebuah klinik pelatihan olahraga untuk anak muda dan para pelatih mereka dan melibatkan mereka dalam dialog tentang pentingnya kepemimpinan dan saling menghormati dalam perbedaan. Duta olahraga seperti Michelle Kwan (Atlet *Skate*) Cal Ripken Jr. (Atlet *Baseball*), dan Ken Griffey (Atlet *Baseball*) secara konsisten membantu pemerintah dalam melampaui perbedaan budaya dan menyatukan keberagaman serta meningkatkan dialog dan pemahaman budaya yang lebih besar lagi (*Bureau of Educational and Cultural Affairs*, 2017). Dengan adanya dialog tersebut kemudian dapat

membantu tujuan kebijakan luar negeri dan terhubung dengan publik asing seperti anak-anak muda, wanita, kaum minoritas, dan masyarakat internasional.

Kedua, *Sports Visitor Program* adalah sebuah program dibawah naungan *SportsUnited Program* yang berisikan sekelompok pelatih, atlet muda, dan administrator olahraga dari berbagai negara di dunia yang berkunjung ke Amerika Serikat dalam program pertukaran pendidikan yang berfokus pada olahraga tertentu seperti bola basket, sepak bola, dan baseball. Setiap negara mengirimkan perwakilan yang berjumlah 12-13 orang yang dipilih oleh *US Embassy (Bureau of Educational and Cultural Affairs, 2017)*. Tujuan utama program mencakup pendidikan kepemimpinan, pembentukan sebuah tim, resolusi konflik, keberagaman, kebugaran olahraga, nutrisi dan kesehatan, serta latihan fisik dan kekuatan. Pertukaran tersebut biasanya berlangsung kurang lebih selama 2 minggu dan berlangsung di berbagai kota besar seperti Washington D.C. dan kota besar lainnya. Aktivitas dalam program tersebut meliputi workshops, klinik dan kamp olahraga, kunjungan ke sekolah, dan NGO yang berkaitan dengan olahraga. Selain itu, para peserta juga mendapatkan pengalaman untuk mengunjungi situs bersejarah Amerika Serikat dan mendapatkan kesempatan untuk merasakan kehidupan dan budaya Amerika Serikat. Program ini memang didesain untuk menyediakan fasilitas bagi semua peserta untuk mendapatkan kesempatan mempelajari Amerika Serikat melalui kacamata olahraga untuk mengembangkan hubungan dengan

masyarakat dan professional olahraga Amerika Serikat. Para peserta program ini didorong untuk membagikan pengetahuan dan ketrampilan yang didapatkan mereka setelah kembali ke negara masing-masing melalui penyelenggaraan klinik dan kamp olahraga. Selain itu, pelatih dan atlet muda diajarkan bagaimana keterampilan ini dapat diterjemahkan ke dalam pengembangan keterampilan hidup dan prestasi akademik. Tujuan yang ingin dicapai melalui program *Sport Visitor* ini adalah mengembangkan kemampuan para peserta program agar dapat membawa ilmu yang sudah didapatkan kembali ke negara masing-masing dengan harapan kualitas olahraga dari segi teknis dan non teknis dapat lebih berkembang. Dari tahun 2017-2022 sudah lebih dari 700 *non-elite youth athletes*, pelatih, dan administrator dari lebih dari 50 negara yang berpartisipasi pada program ini.

Ketiga, *International Sports Programming Initiative* (ISPI) adalah sebuah program beasiswa yang dimiliki oleh organisasi non profit Amerika Serikat yang ditujukan kepada para atlet muda, para pelatih, dan administrator olahraga bagi generasi muda. Program ini menyediakan beasiswa baik *one way* maupun *two way* dengan peserta yang berasal dari Amerika Serikat pergi ke luar negeri atau peserta dari luar negeri datang ke Amerika Serikat. Program ini diikuti oleh peserta yang berasal dari Amerika Serikat serta peserta yang berasal dari luar negara Amerika Serikat. Peserta yang berasal dari Amerika Serikat pergi ke luar negeri untuk berbagi ilmu olahraga yang dimiliki sedangkan peserta yang berasal dari luar Amerika Serikat datang ke Amerika Serikat untuk menimba ilmu. Program beasiswa

ini ditujukan untuk atlet muda yang berusia 7-17 tahun serta para pelatih dan administrator olahraga. Program ISPI ini diperkirakan menghabiskan dana anggaran sebesar US\$ 2.2 juta (U.S Department of State, 2020). Program ini mencakup beberapa kegiatan yaitu pelatihan olahraga untuk para pelatih, pertukaran atlet muda, atlet muda dengan disabilitas, serta kesehatan dan olahraga. Tercatat jumlah peserta yang mengikuti program ini berjumlah 4.400 orang baik warga Amerika Serikat maupun warga luar negeri yang berasal dari lebih dari 85 negara di dunia (U.S Department of State, 2020).

Keempat, *Global Sports Mentoring Program* (GSMP) adalah pengembangan professional melalui pertukaran pemimpin dan eksekutif Amerika pada sektor olahraga untuk kegiatan bimbingan tentang inklusi dan kesetaraan gender. Sebanyak 340.000 peserta secara langsung telah terdampak dengan adanya program ini dengan 180 organisasi olahraga dan 10.000 volunteers. Program ini berada dibawah naungan dari *US Department of State's Sports* yang berfokus pada pengembangan professional di bidang olahraga (U.S Department of State, 2020). Program ini memiliki tiga pilar utama yaitu pemberdayaan perempuan melalui program olahraga, program kunjungan olahraga, dan duta olahraga (U.S Department of State, 2020). Program yang berjalan sekitar lima minggu tersebut diikuti oleh delegasi internasional yang didampingi mentor yang berpengalaman dalam sektor olahraga seperti eksekutif senior di bidang olahraga Amerika Serikat (U.S Department of State, 2020)

2.3. NBA sebagai Aktor Non Negara dalam *Sport Envoy Programs*

2.3.1 NBA Dalam Dunia Internasional

National Basketball Association (NBA) adalah sebuah organisasi bola basket pria di Amerika Serikat dan merupakan liga bola basket paling kompetitif di dunia. Berdiri pada 6 Juni 1946 di New York City dengan nama *Basketball Association of America* (BAA). Lalu pada tahun 1949 BAA melakukan merger dengan *National Basketball League* untuk membentuk NBA sebagai sebuah liga basket tertinggi di Amerika Serikat. Sampai saat ini terdapat total 30 tim yang bertanding dengan 29 tim dari Amerika Serikat dan 1 tim dari Kanada (Medium, 2023). Selain itu, NBA merupakan sebuah organisasi olahraga dan media global yang mempunyai misi untuk memberikan inspirasi dan menghubungkan orang dimana saja melalui kekuatan olahraga bola basket. NBA tidak berdiri sendiri, di dalamnya terdapat organisasi bola basket juga seperti *Women National Basketball Association* (WNBA), NBA G-League, NBA 2K League, dan Basketball Africa League. NBA menjadi sebuah organisasi bola basket yang memiliki pengaruh yang besar tidak hanya di Amerika Serikat saja namun memiliki pengaruh yang kuat pada lingkungan internasional.

NBA telah berkembang menjadi sebuah organisasi bola basket yang mendunia. NBA merupakan liga bola basket yang paling kompetitif di dunia yang menjangkau lingkup internasional. NBA melakukan berbagai upaya untuk memperluas pasar mereka di luar Amerika Serikat. Upaya tersebut antara lain dengan menyiarkan pertandingan di 215 negara dengan lebih dari 50 bahasa, pembuatan program yang berkaitan dengan bola basket secara global di lebih

dari 200 negara, penjualan merchandise di lebih dari 200 negara (NBA.com, 2023). Selain itu, NBA juga bergerak di bidang digital melalui NBA TV, NBA.com, NBA App, dan NBA *League Pass* yang menarik lebih dari 2.1 milyar suka dan pengikut di sosial media. Dari segi pemain, NBA juga memperluas jangkauan mereka dengan mendatangkan para pemain internasional di luar Amerika Serikat untuk berpartisipasi dalam liga. Terbukti pada musim penyelenggaraan tahun 2021-2022 terdapat 121 pemain internasional yang berasal dari 40 negara di luar Amerika Serikat (NBA.com, 2023). NBA tidak hanya berfokus pada penyelenggaraan liga basket saja, lebih dari itu NBA melalui NBA *Cares* berpartisipasi dalam isu-isu sosial yang penting dengan melakukan kerjasama dengan organisasi internasional yang bergerak pada pengembangan generasi muda yang berfokus pada pendidikan, kesehatan, pengembangan anak muda dan keluarga (NBA.com, 2023).

Olahraga menjadi industri global yang sangat menjanjikan, menurut *Global Sports Market Report* (2021) industri olahraga bernilai sekitar \$629 Milyar. Salah satu olahraga yang populer yaitu Bola basket dengan nilai \$4 Milyar (*Global Sports Market Report*, 2021). Tidak bisa dipungkiri bola basket menjadi sebuah industri olahraga yang memiliki pasar yang luas di berbagai negara. Selaras dengan visi dan misi NBA yaitu untuk menghubungkan dan menjadi inspirasi semua orang di dunia lewat olahraga bola basket membuat NBA terus berkembang dengan menyajikan hiburan melalui pertandingan kompetitif yang disajikan oleh para pemain kelas dunianya. Dengan banyaknya

pengaruh yang dimilikinya, NBA menjadi sebuah organisasi olahraga yang menjadi kiblat dari organisasi olahraga lain khususnya bola basket.

Popularitas bola basket dalam dunia internasional terus mengalami peningkatan. Salah satu kesuksesan NBA dalam dunia internasional dibuktikan dengan kehadirannya di Cina. NBA memiliki pasar yang besar di Cina sebagai negara yang memiliki populasi terbesar di dunia. Pada tahun 2012 saja, NBA mendapatkan keuntungan mencapai \$150 juta meningkat 30%-40% setiap tahunnya (Bao, 2011). Hal tersebut membuat NBA berusaha untuk meraih kesuksesan serupa di negara lainnya. Terutama negara dengan populasi yang besar dan memiliki populasi generasi muda dengan minat bola basket serta infrastruktur yang belum memadai seperti India, Indonesia, Brazil, dan Filipina (Eyen, 2015).

Upaya yang dilakukan NBA yang telah dijelaskan diatas menandakan langkah nyata untuk mencapai tujuan mereka sebagai sebuah organisasi yang lebih global. langkah tersebut menjadikan NBA sebagai salah satu organisasi yang memiliki kekuatan yang lebih besar setara dengan organisasi olahraga lainnya seperti FIFA maupun organisasi olahraga besar lainnya. Oleh karena itu, NBA sebagai sebuah organisasi olahraga dapat dikatakan sebagai aktor global yang memiliki peran yang tidak kalah penting dengan pemerintah Amerika Serikat dalam menjalankan proses diplomasi olahraga.

2.3.2 NBA Sebagai Aktor dalam Diplomasi Amerika Serikat

Sebuah organisasi khususnya organisasi olahraga memiliki peran yang penting dalam proses diplomasi olahraga. Dijelaskan dalam *New Sports*

Diplomacy bahwa dalam proses diplomasi olahraga ini tidak hanya mengandalkan peran pemerintah saja namun pemerintah bekerjasama membangun koalisi dengan aktor non negara untuk menyusun strategi kolaboratif bersama yang membuahkan hasil timbal balik bagi semua pihak (Murray, 2018). Selama beberapa tahun terakhir kita telah melihat diplomasi Amerika Serikat tidak hanya dijalankan oleh pemerintah saja sebagai sebuah negara. Bahkan individu dapat menjadi jembatan dan sebagai aktor penting dalam diplomasi Amerika Serikat (Hachigian, 2019).

Sejak 1990an, liga professional Amerika Serikat telah memproduksi dan mengirim atletnya ke luar negeri. Diplomasi Olahraga seperti ini secara resmi diakui oleh pemerintah federal Amerika Serikat di bawah naungan divisi khusus dalam *US Bureau of Cultural an Educational Affairs*. Kerjasama dengan salah satu liga bola basket tertinggi di Amerika Serikat yaitu NBA bukan tanpa alasan.

“With offices in 13 markets worldwide, games and programming in 215 countries and territories in 47 languages, and NBA merchandise for sale in more than 125,000 stores in 100 countries on 6 continents. NBA rosters at the start of the 2014-15 season featured a record 101 international players from 37 countries and territories. NBA Digital's assets include NBA TV, which is available in 60 million U.S. homes, and NBA.com, which recorded 26.9 billion page views during the 2013-14 season, with more than half of all visitors originating from outside of North America. The NBA is the No. 1 professional sports league on social media, with more than 750 million likes and followers globally across all league, team, and player platforms.”(NBA.com, 2015)

Merujuk pada artikel tersebut bahwa, sebagai liga bola basket profesional nomor satu di dunia dengan popularitasnya, NBA dapat dengan mudah melibatkan, menginspirasi, dan memobilisasi orang, klub, organisasi, dan komunitas yang lebih luas. Mereka secara kredibel dapat menyampaikan pesan positif olahraga seperti rasa hormat, permainan yang adil, inklusi olahraga untuk

semua kalangan, dan mempromosikan potensi olahraga serta dampaknya dalam dunia internasional. Aktor non negara telah mengembangkan jaringan ribuan anggota dan kontributor yang terhubung dengan baik yang dapat bergabung dalam memaksimalkan hubungan *people to people*. Bagaimanapun juga peran aktor non negara dapat menjadi pembawa pesan yang efisien dalam diplomasi olahraga satu negara ke negara yang lainnya.

Penggunaan diplomasi olahraga umumnya melibatkan partisipasi dan kolaborasi pemerintah sebuah negara dengan organisasi olahraga. Meskipun demikian tidak jarang sebuah organisasi olahraga juga bekerja sendiri tanpa campur tangan pemerintah. *U.S. Department of State Sport Diplomacy Division* bekerjasama dengan beberapa organisasi olahraga dalam menjalankan program diplomasi olahraganya (Elliot, 2022). Organisasi olahraga memiliki nilai yang penting karena memiliki masa dan jangkauan yang luas. Menurut salah satu staff dari NBA yaitu Travis Murphy mengatakan bahwa selain nilai yang diberikan oleh sebuah organisasi olahraga, peran dari duta olahraga juga penting dalam membantu program yang diadakan oleh NBA seperti pada program NBA *Global Games* di Paris dan Mexico (NBA.com, 2023).

Selain menjadi sebuah alat dalam menyebarkan nilai-nilai dari Amerika Serikat melalui olahraga, organisasi olahraga profesional di Amerika Serikat menjadi sebuah bisnis internasional. Amerika Serikat menggunakan olahraga sebagai sebuah alat dalam meningkatkan ekonominya melalui diplomasi publik. Meskipun fokus utama dari pengembangan olahraga Amerika Serikat pada tingkat domestik, aktivitas internasional dan ekspansi juga menambah nilai

dalam kegiatan bisnis. Kegiatan tersebut tidak terlepas dari upaya organisasi olahraga untuk meningkatkan kehadirannya dalam dunia internasional. Terdapat dua metode bagaimana organisasi olahraga profesional di Amerika Serikat dalam meningkatkan kehadirannya dalam dunia internasional. Pertama yaitu dengan membangun internasional *fanbase*. Dengan membangun internasional *fanbase* fapat membuka peluang pasar yang baru dan berbagai peluang ekonomi baru. Peluang yang paling menguntungkan seringkali dalam bentuk hak siar, potensi sponsor baru, maupun penjualan *merchandise* pada para penggemar internasional dan lainnya (Elliot, 2020). Cara kedua yaitu dengan pencarian bakat. Pencarian bakat ini berguna untuk mendapatkan talenta atlet olahraga dari berbagai negara untuk direkrut dalam liga olahraga profesional di Amerika Serikat. Dengan mendapatkan talenta atlet dari berbagai negara membuat potensi perluasan pasar menjadi meningkat dan berdampak pada meningkatnya hubungan ekonomi dengan pasar strategis.

Terdapat hubungan yang kuat antara NBA dengan Amerika Serikat sebagai sebuah negara. Menurut Rishabh Chawda. (2021), bahwa NBA ini sebagai “*mediascape*” Amerika Serikat untuk menjadi media komunikasi massa dan penyebaran informasi serta citra positif Amerika Serikat (Chawda, 2021). Lebih lanjut lagi menurut Arjun Appadurai (1990) mengenai “*mediascape*” sebagai berikut:

“What is most important about these mediascapes is that they provide (especially in their television, film and cassette forms) large and complex repertoires of images, narratives and ‘ethnoscapes’ to viewers throughout the world, in which the world of commodities and the world of ‘news’ and politics are profoundly mixed” (Appadurai, 1990)

NBA menjadi salah satu *mediascape* tersebut karena menyajikan narasi kepada publik internasional melalui media televisi dan radio, liputan surat kabar, papan reklame, iklan daring, toko *merchandise*, dan produk. Narasi yang berpusat pada gambar ini didasarkan pada potongan realitas atau "*strips of reality*" dan menawarkan kepada para penontonnya sebuah bayangan kehidupan di Amerika Serikat atau "*script of imagined lives*" (Appadurai, 1990). Maksudnya adalah NBA membantu memberikan gambaran pada para penontonnya mengenai kehidupan baik itu atlet dan pelatih NBA sebagai sebuah gambaran positif mengenai kesuksesan yang dapat memberikan inspirasi pada publik internasional. Alasan utama NBA menggunakan atlet atau pelatih adalah reaksi penggemar terhadap popularitas atlet dan pelatih NBA. Reaksi ini yang kemudian menjadi daya tarik dari penggunaan *sport envoy* melalui penggunaan atlet atau pelatih NBA.

Setelah mengetahui beberapa penjelasan di atas kita dapat mengetahui bahwa mengenai kehadiran NBA sebagai aktor dalam diplomasi Amerika Serikat. Sesuai dengan konsep dari *New Sport Diplomacy*, NBA menjadi bagian penting sebagai aktor non negara yang dalam hal ini menjadi sebuah kekuatan Amerika Serikat dalam menjalankan diplomasi olahraganya karena memiliki hubungan yang kuat dengan Amerika Serikat sebagai sebuah negara. Selain itu, jangkauan serta pasar yang dimiliki membuat NBA memiliki pengaruh yang besar dalam dunia internasional.

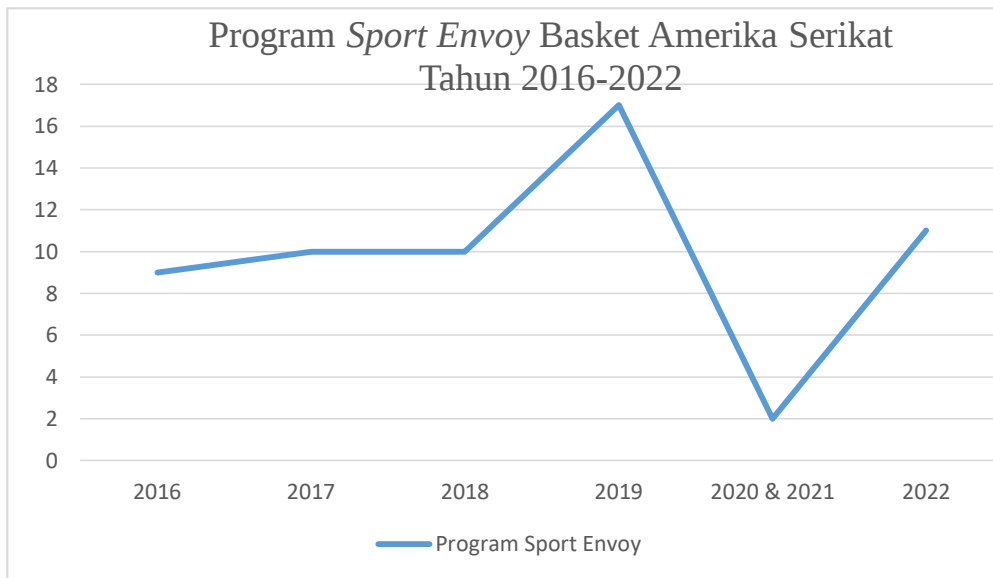
2.3.3 NBA Dalam *Sport Envoy Programs*

Pemerintah Amerika Serikat terus berupaya untuk menjalankan diplomasi melalui penggunaan olahraga. Melalui *State Department's Bureau of Educational and Cultural Affairs* (ECA), pemerintah Amerika Serikat membuat berbagai program salah satunya yaitu *Sport Envoy Programs*. *Sport Envoy Programs* merupakan atlet maupun pelatih yang dikirim ke luar negeri untuk memimpin sebuah program (sportenvoy.com, 2023). Para pelatih dan atlet dari Amerika Serikat ini mengadakan sebuah klinik pelatihan olahraga untuk anak muda dan para pelatih mereka dan melibatkan mereka dalam dialog tentang pentingnya kepemimpinan dan saling menghormati dalam perbedaan. *Sport Envoy Programs* ini merekrut atlet profesional yang memiliki semangat, pandai bicara, dan berorientasi pada komunitas untuk terhubung dengan berbagai komunitas di dunia melalui penggunaan olahraga sebagai sebuah platform untuk membangun koneksi dan sebagai jembatan dalam perbedaan budaya.

Program ini telah menjangkau berbagai negara melalui pertukaran olahraga *people-to-people*. Sejak tahun 2007, program ini sudah berjalan di lebih dari 130 negara dengan lebih dari 332 atlet dan 42 cabang olahraga (sportenvoy.org, 2023). Para atlet ini membawa nama Amerika Serikat dengan program yang memiliki dampak untuk meningkatkan hubungan diplomatis. *The U.S Department of States Bureau of Educational and Cultural Affairs* melakukan berbagai kerjasama dengan organisasi olahraga profesional di Amerika Serikat. Salah satunya yaitu dengan *National Basketball Association* (NBA). Dalam kerjasama ini NBA sebagai sebuah organisasi olahraga profesional

mengirimkan atlet yang masih aktif ataupun mantan atlet serta pelatih sebagai duta olahraga.

Tabel 2 1 Jumlah program *sport envoy* basketball 2016-2022



Sumber: (sportenvoy.org, 2023)

Kerjasama antara NBA dan pemerintah Amerika Serikat melalui program *sport envoy* terus menerus berjalan setiap tahunnya. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa program *sport envoy* secara konsisten mengadakan kunjungan ke berbagai negara di dunia. Dalam 7 tahun terakhir terdapat 59 program *sport envoy* melalui olahraga bola basket. Puncaknya pada tahun 2019 dengan total 17 program dalam satu tahun ke beberapa negara seperti Taiwan, Azerbaijan, Kosovo, Albania, Tanzania, Italia, Malaysia, dan China (sportenvoy.org, 2023). Pada tahun 2020 dan 2021 menjadi yang paling sedikit dengan hanya dua program saja karena Pandemi Covid-19 dan dilakukan secara virtual.

NBA menjadi mitra pemerintah Amerika Serikat dengan mengirimkan atlet baik yang masih aktif maupun yang sudah pensiun. Selain itu, NBA memiliki hubungan erat dengan *U.S. State Department* melalui *U.S. Embassy* di berbagai negara melalui pembentukan program kolaborasi (Eyen, 2015). Seringkali program tersebut mengangkat tema yang berkaitan dengan isu regional tertentu. *U.S State Department* juga menyarankan lokasi negara tujuan program ke NBA yang berkesinambungan dengan tujuan politik atau ekonomi Amerika Serikat.

Para atlet ini memiliki peran yang sentral dalam berjalannya program ini. Sebagai seorang atlet mereka memiliki kekuatan untuk menyebarkan *American Values* melalui nilai-nilai dalam olahraga. Atlet seringkali mereka menjadi *role model* dengan prestasi yang dimiliki baik di dalam lapangan maupun di luar lapangan. Kolaborasi ini berjalan dengan bantuan dari kedutaan dan konsulat Amerika Serikat di luar negeri dalam menerapkan program *sport envoy* dengan membawa tujuan kebijakan luar negeri Amerika Serikat seperti memberdayakan perempuan dan anak, melibatkan komunitas dan mendorong inklusi dan kohesi sosial. Dengan begitu para atlet ini sebagai sebuah jembatan pemerintah Amerika Serikat dalam menjalankan diplomasi mereka.