

Strategi Afrika Selatan Melalui Piala Dunia Sepak Bola 2010 Untuk Perbaiki Citra Negara Pasca *Apartheid*

Albert Meisiano Mongkau¹), Idin Fasisaka²), A.A. Ayu Intan Prameswari³)

¹²³)Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: albertmongkau@gmail.com¹, idinfasisaka@gmail.com², prameswari.intan@gmail.com³.

ABSTRACT

This research aims to explain whether the holding of the 2010 Soccer World Cup in South Africa can improve the image of their country. This research uses descriptive qualitative methods. South Africa has a poor country image after the apartheid government. To be able to overcome these problems South Africa tried to use Sports Diplomacy as a way out. Organizing a grand sports event is a form of South African Sports Diplomacy. The Football World Cup is a major sporting event that South Africa wants to develop in order to improve the image of their country. Researchers use the Sports Diplomacy framework through major sporting events to explain the benefits of grand sporting events

Keywords: Sport Diplomacy, South Africa, Country Image, Football World Cup 2010

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Afrika Selatan merupakan negara yang dikenal menerapkan sistem *apartheid* sejak tahun 1948. Afrika Selatan terbelenggu oleh sistem *apartheid* yang dicetuskan oleh Partai Nasional pada masa itu (Smith, 2001). Implementasi sistem *apartheid* terlihat pada sistem hukum pemisahan politik, ekonomi dan sosial berdasarkan ras (segregasi rasial).

Dampak nyata dari penerapan sistem politik *apartheid* yang terjadi yaitu Afrika Selatan sempat dikucilkan dari dunia internasional. Majelis Umum PBB memberikan sanksi embargo minyak internasional kepada Afrika Selatan pada tanggal 20 November 1977 dan hal tersebut mendapat dukungan dari 130 negara (Overseas Development Institute, 1987). Sanksi embargo ini memperburuk perekonomian Afrika Selatan yang juga disertai dengan munculnya masalah-masalah

baru seperti angka pengangguran, selanjutnya diikuti kekacauan politik dalam negeri serta berimbas pada kondisi sosial dimana semakin meningkatnya angka kriminalitas (Wilson, 2001). Hal tersebut yang membuat Afrika Selatan memiliki citra buruk dalam dunia internasional.

Pada tahun 1990 Presiden Afrika Selatan, Frederik Willem deKlerk, berupaya untuk menghapuskan krisis yang terjadi. Hal ini dibuktikan melalui Pemilihan Umum tanpa diskriminasi ras pertama pada tahun 1994. Menangnya ANC di pemilu tahun 1994 menjadikan Nelson Mandela selaku ketua ANC sebagai Presiden berkulit hitam pertama di Afrika Selatan (Adam *et al.*, 1993). Peristiwa tersebut sekaligus menandakan berakhirnya masa pemerintahan politik *apharteid* yang terjadi di Afrika Selatan.

Tidak ingin keadaan semakin buruk, Afrika selatan mulai membenah diri untuk dapat mengatasi masalah mereka sekaligus

memperbaiki citra mereka. Setelah Nelson Mandela menjadi presiden kulit hitam pertama Afrika Selatan, negara ini mulai menjadikan diplomasi publik sebagai salah satu program yang diperhatikan oleh pemerintah dengan tujuan perbaikan citra positif Afrika Selatan dalam dunia internasional (Ndlovu, 2009). Salah satu bentuk diplomasi publik tersebut berupa diplomasi olah raga melalui penyelenggaraan *Mega Sporting Events* (MSE).

Citra positif negara memiliki peran penting bagi negara untuk meningkatkan kemampuan aksi politik suatu negara. Citra dan reputasi negara yang positif dipandang sebagai sarana untuk membangun pemahaman bersama dalam sistem internasional (Wang, 2006). Diplomasi melalui penyelenggaraan *Mega Sporting Events* atau acara olah raga akbar menjadi perhatian oleh negara-negara yang ingin meluaskan pengaruh mereka. Hal ini dikarenakan negara melihat adanya hasil yang lebih besar dalam menjadi tuan rumah dari acara olah raga akbar (Mendiratta, 2010). Lonjakan pada sektor ekonomi, masyarakat, dan tentunya politik negara yang menjadi harapan bagi negara penyelenggara.

Perhelatan *Mega Sporting Events* atau acara olah raga akbar sudah tidak asing lagi bagi Afrika Selatan. Sejak tahun 1995 Afrika Selatan telah menyelenggarakan Piala Dunia Rugby (1995) dan Piala Dunia Kriket (2003) (Giampiccolli *et al.*, 2013). Namun, kedua acara olah raga akbar tersebut tidak mampu memperbaiki citra Afrika Selatan dengan maksimal. Afrika Selatan dalam dunia internasional masih dianggap sebagai negara primitif dan negara terbelakang (Lepp, 2011).

Hal ini disebabkan oleh olah raga Rugby dan Kriket yang masih belum populer seperti olah raga sepak bola yang sudah mendunia. Pada tahun 2004 Afrika Selatan berhasil memenangkan *bidding* menjadi tuan rumah Piala Dunia Sepak Bola 2010 (Green, 2015). Afrika Selatan menjadi negara pertama di Benua Afrika yang menjadi tuan rumah *event* sepak bola terbesar ini. Afrika Selatan mulai mempublikasikan bahwa Afrika Selatan siap menjadi tuan rumah ajang ini. Afrika Selatan mulai berbenah untuk memenuhi persyaratan dari FIFA (Cottle, 2010). Terpilihnya Afrika Selatan sebagai tuan rumah Piala Dunia Sepak Bola 2010 tidak terlepas dari keraguan berbagai pihak. Alasannya karena Afrika Selatan masih merupakan negara yang memiliki tingkat kejahatan tertinggi di dunia dan kestabilan politik ekonomi yang belum membaik.

Majunya Afrika Selatan sebagai penyelenggara Piala Dunia Sepak Bola 2010 tidak terlepas dari keinginan mereka untuk dapat lepas dari bayang-bayang masa lalu *apartheid*. Selain itu, mereka juga ingin meningkatkan stabilitas politik, ekonomi, dan sosial negara mereka untuk dapat bersaing di dunia internasional dengan citra yang lebih baik. Keberhasilan dalam penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2010 dianggap mampu mewujudkan hal tersebut kedepannya. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin meneliti bagaimana penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2010 dapat meningkatkan citra negara Afrika Selatan di tingkat internasional.

2. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan dua literatur yang berkaitan dengan fokus penelitian. Literatur pertama berjudul *Rio 2016 Olympic Games and Diplomatic Legacies* yang ditulis oleh Claudio M Rocha (2017). Rocha (2017) membahas bagaimana Brasil menggunakan Olimpiade 2016 untuk kepentingan mereka. Cara tersebut digolongkan sebagai diplomasi olah raga. Rocha (2017) menyatakan bahwa acara olah raga akbar dapat menjadi instrumen dalam mencapai hasil berupa peningkatan citra suatu negara.

Tulisan Rocha (2017) membantu penelitian dalam menjelaskan bagaimana acara olah raga akbar dapat menjadi alat negara dalam peningkatan citra negara. Namun, tulisan Rocha (2017) belum mampu membantu menjelaskan dalam mengukur indikator suksesnya acara olah raga akbar dalam peningkatan citra Negara.

Literatur kedua yang digunakan peneliti untuk membantu penelitian ini adalah jurnal yang ditulis oleh Jonathan Grix (2013) berjudul "*image' leveraging and sport mega-events: Germany and the 2006 FIFA World Cup*". Artikel ini menjelaskan bagaimana acara olah raga akbar dapat meningkatkan citra negara. Peningkatan citra negara yang ditulis oleh Grix (2013) menggunakan model Chalip untuk membantu tulisannya. Studi kasus yang diambil oleh Grix (2013) adalah Jerman melalui penyelenggaraan Piala Dunia Sepakbola 2006 untuk mempromosikan citra mereka. Melalui tulisan dari beberapa peneliti, Grix (2013) menjelaskan dalam studi Hubungan Internasional terdapat peningkatan

keinginan negara untuk dapat menyelenggarakan acara olah raga akbar. Alasan negara memiliki keinginan untuk menyelenggarakan acara olah raga tersebut karena mereka percaya hal ini dapat meningkatkan citra dan gengsi mereka di dunia internasional. Dengan meningkatnya citra internasional mereka dapat ikut meningkatkan sektor pariwisata, perdagangan, dan juga pengaruh dari negara tersebut.

Literatur kedua dari Grix membantu penulis untuk dapat menjelaskan indikator-indikator peningkatan citra negara. Penelitian ini juga membantu menjelaskan bagaimana citra negara dapat ditingkatkan melalui acara olah raga akbar. Negara melakukan upaya selama acara olah raga akbar dalam meningkatkan hasil peningkatan citra.

3. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dikategorikan ke dalam penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini bersifat kualitatif karena peneliti berusaha untuk menyajikan penekanan analisis pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta keterkaitan antara hubungan acara olah raga akbar dan juga peningkatan citra negaradari Afrika Selatan.

3.2 Sumber Data

Data sekunder menjadi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data tidak langsung diperoleh

melalui orang lain atau dokumen-dokumen yang tersedia di media sosial, cetak, maupun elektronik. Penelitian menggunakan kumpulan data-data dari berbagai sumber seperti jurnal-jurnal ilmiah, buku-buku, makalah, situs daring, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

3.3 Unit Analisis

Penelitian ini menggunakan unit analisis dalam tingkatan negara yaitu strategi Afrika Selatan untuk memperbaiki citra negara mereka melalui Piala Dunia Sepak Bola 2010.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Bungin (2007) menyatakan bahwa terdapat beberapa metode dalam pengumpulan data penelitian kualitatif, yaitu metode dokumenter, observasi, bahan visual, penelusuran data daring, studi kasus, dan *life history*. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui analisis data daring dan analisis dokumen.

3.5 Teknik Penyajian Data

Penyajian data ditujukan untuk dapat mempermudah pembaca dalam memahami data-data penelitian. Penelitian ini menggunakan penyajian data berupa narasi dan kejadian dengan didukung tabel dan gambar.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Politik Apartheid Di Afrika Selatan

Kebijakan dalam suatu negara dapat mempengaruhi negara tersebut dari dalam maupun luar. Suatu kebijakan memiliki

dampak terhadap berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi, sosial, maupun politik masyarakatnya. Negara dengan kebijakan yang kontroversial akan memperburuk keadaan negara itu sendiri. Hal ini ditambah dengan pihak internasional yang menolak terlaksananya kebijakan tersebut di negara yang bersangkutan.

4.1.1 Afrika Selatan Pada Masa Pemerintahan Apartheid

Afrika Selatan merupakan negara yang memiliki berbagai macam ras dan juga etnik. Terdapat empat kelompok ras utama yang ada dalam Afrika Selatan: ras kulit hitam (68%), ras kulit putih (19%), kulit berwarna (10%), dan ras Asia (3%) (Dipoyudo, 1983). Meskipun mayoritas penduduk Afrika Selatan berkulit hitam tetapi yang mengendalikan pemerintahan adalah bangsa kulit putih dari Belanda dan Inggris yang merupakan minoritas. Mayoritas kulit putih mulai memisahkan ras kulit putih dengan ras kulit hitam yang lebih dikenal sebagai sistem *apartheid*.

Istilah *apartheid* kemudian berkembang menjadi suatu kebijakan politik *apartheid*, yang menjadi politik resmi Pemerintah Afrika Selatan, terdiri atas program-program dan peraturan-peraturan yang bertujuan untuk melestarikan pemisahan rasial. Kebijakan ini mulai berlaku resmi pada tahun 1948. Pada tahun tersebut pemilihan umum dilakukan di Afrika Selatan yang hanya melibatkan tiga juta penduduk kulit putih di Afrika Selatan.

Partai Nasional (*Nationalist Party*) yang ikut serta dalam pemilihan umum 1948

mulai mengkampanyekan kebijakan *apartheid* diterapkan di semua aspek masyarakat.

Bidang sosial yang terkena dampak dari kebijakan *apartheid* oleh Partai Nasional terlihat dari upaya mereka dengan menerapkan berbagai undang-undang yang berlaku. Pada tahun 1949 Partai Nasional melegalkan Undang-Undang Larangan Perkawinan Campuran (*The Prohibition of Mix Marriage Act*) (Cottrell, 2005). Undang-Undang tersebut memiliki tujuan untuk menjaga kemurnian dari keturunan rakyat kulit putih. Rakyat kulit putih tidak dapat menikah dengan ras yang lain dan hal itu dianggap sebagai tindakan kriminal.

Ketentuan hukum melalui Undang-Undang yang semakin memberatkan bagi rakyat kulit hitam Afrika Selatan juga terjadi di bidang ekonomi (Guelke, 2005). Sejak tahun 1926 telah terdapat Undang-Undang pelarangan kulit berwarna yang membuat rakyat kulit hitam tidak dapat memegang pekerjaan ahli di bidang pertambangan.

Di bidang politik, kebijakan *apartheid* semakin berdampak nyata dengan munculnya Undang-Undang Otoritas Bantu (*Bantu Authorities Act*) (Posel, 1997). Undang-undang ini diciptakan oleh Dr. Hendrik Frensch Vendoerd yang menjabat sebagai Menteri Pendudukan Asli. Melalui undang-undang tersebut Hendrik Frensch berusaha untuk menghentikan kritik internasional kepada pemerintahan Afrika Selatan. Undang-undang ini memberikan suatu sistem pemerintahan sendiri bagi rakyat kulit hitam Afrika Selatan.

Melalui aturan *apartheid* tersebut membuat Afrika Selatan mendapatkan sanksi dari PBB. Sanksi yang dilakukan oleh PBB

berupa embargo senjata, isolasi diplomatik, serta sanksi ekonomi. Embargo ekonomi menjadi sanksi yang memiliki dampak efektif dibandingkan dengan sanksi lain yang dilakukan oleh PBB. Sanksi ini yang mengakibatkan pendapatan pemerintah *apartheid* Afrika Selatan semakin berkurang dan semakin sulit untuk menjaga kestabilan negara.

Pada tahun 1977 PBB meminta semua negara anggotanya untuk melakukan embargo terhadap penanaman modal industri perminyakan di Afrika Selatan, menghentikan penanaman modal asing, menghentikan penjualan ekspor dan melarang kepentingan ekonomi dengan perusahaan dari Afrika Selatan (Overseas Development Institute, 1987). Hal ini membentuk citra buruk Afrika Selatan di dunia Internasional.

4.1.2 Afrika Selatan Pasca Pemerintahan Apartheid

Pada tahun 1989 Frederik Willem deKlerk menjabat sebagai presiden Afrika Selatan menggantikan Pieter Williem Botha yang mengundurkan diri. Pada bulan Februari 1990 F.W deKlerk yang tidak mendukung adanya politik *apartheid* mulai menghapus larangan dan undang-undang yang terkait dengan *apartheid* (Smith, 2001). Berakhirnya politik *apartheid* di Afrika Selatan tidak secara langsung menyelesaikan masalah yang terjadi di Afrika Selatan. Dampak dari politik *apartheid* masih dirasakan terutama oleh rakyat kulit hitam Afrika Selatan. Menjadi suatu pekerjaan yang berat bagi pemerintah Afrika Selatan yang baru memberikan kehidupan yang layak bagi seluruh kalangan, baik kulit hitam maupun kulit putih. Hal ini

mencakup masalah sosial, ekonomi, dan politik yang terkena dampak dari *apartheid*.

Dampak dari kebijakan *apartheid* membuat rakyat kulit hitam menjadi terpecah belah berdasarkan suku mereka. Perpecahan itu mengakibatkan adanya perbedaan pandangan terhadap pemerintah baru Afrika Selatan. Terjadi kesenjangan ekonomi yang sangat tajam dialami oleh Afrika Selatan pasca *apartheid* (Pettersson, 1998).

Dampak yang dirasakan dari *apartheid* tidak hanya terjadi dalam negeri saja, tetapi juga dampak terhadap Afrika Selatan di luar negeri. Setelah *apartheid*, Afrika Selatan memiliki citra buruk di dunia luar. Pemerintah ANC berusaha untuk mengembalikan relasi dan kepercayaan dari PBB dan juga negara lain. Afrika Selatan mulai melakukan diplomasi publik mereka melalui penyelenggaraan acara olah raga akbar.

Afrika Selatan mulai dipercayakan untuk dapat menghelat acara olah raga dalam skala besar. Piala Dunia Rugby pada tahun 1995 menjadi acara olah raga akbar pertama yang dihelat di Afrika Selatan. Penyelenggaraan ini sejalan dengan arah diplomasi publik Afrika Selatan yang ingin mengembalikan citra positif mereka. Sebanyak lebih 1.100.000 penonton hadir selama penyelenggaraan ini (Steenveld, 1998).

Setelah Piala Dunia Rugby pada tahun 1995, Afrika Selatan kembali dipercayakan menyelenggarakan *event* olah raga lainnya. Piala Dunia Kriket pada tahun 2003 menjadi kesempatan selanjutnya bagi Afrika Selatan dalam diplomasi publik mereka (Spronk, 2010). Namun, kedua usaha

tersebut belum mampu memperbaiki citra negara Afrika Selatan dengan baik.

4.2 Piala Dunia Sepak Bola 2010 Afrika Selatan Untuk Perbaikan Citra Negara Afrika Selatan

Diplomasi olah raga Afrika Selatan melalui penyelenggaraan acara olah raga akbar belum menemukan hasil yang diinginkan. Afrika Selatan sebelumnya telah sukses dalam pelaksanaan Piala Dunia Rugby 1995 dan Piala Dunia 2003. Kesuksesan perhelatan belum menjamin apa yang diinginkan Afrika Selatan dapat terwujud. Terjadi peningkatan dalam beberapa aspek namun belum menunjukkan hasil yang maksimal. Hal itu membuat Afrika Selatan masih ingin melanjutkan diplomasi mereka dalam bidang ini dalam skala yang lebih besar. Memiliki modal kesuksesan dalam perhelatan acara olah raga akbar membuat Afrika Selatan mengajukan diri dalam *bidding* untuk menjadi tuan rumah Piala Dunia Sepak Bola. Olah raga sepak bola memiliki penggemar dan penonton yang lebih banyak dibandingkan rugby maupun kriket. Selain itu, Piala Dunia Sepak Bola menjadi turnamen olah raga tunggal yang paling banyak ditonton.

4.2.1 Persiapan Afrika Selatan untuk Perhelatan Piala Dunia Sepak Bola 2010

Pada tahun 2004 Afrika Selatan kembali mengajukan *bidding* untuk *host* Piala Dunia Sepak Bola 2010. *Bidding* kali ini diikuti oleh tiga negara Afrika diantaranya Afrika Selatan, Maroko, dan Mesir. Pada tanggal 15

Mei 2004 dengan *voting* yang dilakukan Zurich, Afrika Selatan berhasil memenangkan *bidding* dengan hasil 14 suara untuk Afrika Selatan, 10 suara untuk Maroko, sementara Mesir tidak mendapatkan suara sama sekali (Chukwebuka, 2014).

Afrika Selatan memiliki beban berat untuk dapat membuktikan diri layak sebagai tuan rumah Piala Dunia 2010. Untuk dapat memastikan keberhasilan penyelenggaraan turnamen ini komite sepak bola Afrika Selatan SAFA bersama FIFA membentuk komite penyelenggara (OC). OC didirikan pada tanggal 29 Agustus 2005 yang diatur dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan. Dr Danny Jordaan sebagai *Chief Executive Officer* SAFA ditunjuk menjadi ketua dalam komite penyelenggara ini (Leonard, 2002). OC bertanggung jawab dalam mempersiapkan acara secara struktural dalam segala bidang untuk mendukung keberhasilan *event* ini.

Sebagai negara berkembang, Afrika Selatan harus meningkatkan infrastruktur dan pelayanan mereka. Pemerintah Afrika Selatan mengeluarkan dana hampir 40 Miliar Rend dengan alokasi sekitar 23 Miliar Rend untuk pembangunan stadion dan infrastruktur (Gnoth, 2002).

Tidak hanya pembangunan stadion sepak bola namun pemerintah Afrika Selatan juga berfokus dalam pembangunan infrastruktur jalan dan transportasi umum. Penambahan bus dalam kota sebanyak 520 bus untuk memfasilitasi akses dalam kota bagi turis. Dalam peningkatan layanan transportasi, pemerintah Afrika Selatan mengeluarkan dana sebesar 9.2 Miliar Rend (Jaffe, 2001).

Keamanan selama turnamen ini juga menjadi perhatian khusus dari pemerintah Afrika Selatan. Sebanyak 40.000 petugas polisi baru akan ditugaskan selama penyelenggaraan *event* ini. Dana sebesar 3 Miliar Rend dialokasikan oleh pemerintah Afrika Selatan untuk menjamin keamanan selama *event* ini (Gertner, 2010).

Selain infrastruktur dan keamanan, pemerintah Afrika Selatan meningkatkan pelayanan dalam sektor-sektor lain. Sektor pariwisata ditingkatkan melalui harga dan pelayanan hotel yang ada di Afrika Selatan. Departemen pariwisata akan memastikan harga hotel akan menurun sebesar 20% sejak 1 Januari 2010 (Grix, 2013).

Sektor komunikasi dan penyiaran menjadi salah satu sektor penting untuk mendukung kesuksesan peningkatan jumlah turis. Pemerintah Afrika Selatan bekerja-sama dengan MTN¹ yang menjadi media partner pertama bersama FIFA sebagai media komunikasi resmi dan media promosi selama turnamen (FIFA.com, 2006). Hal itu menjamin seluruh pertukaran telekomunikasi, dan pertukaran data nasional dan internasional dapat difasilitasi dengan baik. Melalui peningkatan dalam berbagai sektor diharapkan Afrika Selatan dapat sukses menyelenggarakan Piala Dunia Sepak Bola 2010 ini.

4.2.2 Penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2010 Afrika Selatan

¹MTN merupakan perusahaan media telekomunikasi Afrika Selatan yang memiliki kantor pusat di Johannesburg dan telah berkembang di 24 negara. MTN menjadi mereka paling terkenal diantara mereka Afrika yang lain (MTN.com, n.d).

Piala Dunia Sepak Bola 2010 di Afrika Selatan akan berlangsung selama empat minggu. Perhelatan akan berlangsung dari tanggal 11 Juni hingga 11 Juli 2010 di sembilan kota dan sepuluh stadion di Afrika Selatan. Perhelatan ini menjadi perhelatan edisi ke-19 sepanjang sejarah dan menjadi Piala Dunia Sepak Bola pertama di yang diadakan di benua Afrika.

Kesuksesan Piala Dunia Sepak Bola 2010 dapat dilihat dari jumlah tiket terjual selama penyelenggaraan berlangsung. *FIFA World Cup Ticketing Center* (FWCTC) menjadi pihak yang bertanggung jawab dalam penjualan tiket. Tiket untuk Piala Dunia Sepak Bola 2010 disediakan oleh FWCTC sebanyak 3 juta tiket. Sebanyak 97.5% tiket berhasil dijual dengan jumlah 2,967,349 tiket, hal tersebut menjadi kesuksesan sendiri bagi Afrika Selatan (Ndlovu, 2011).

Selama penyelenggaraan berlangsung, pemerintah Afrika Selatan telah menggerakkan 50.000 pasukan kepolisian. Pasukan kepolisian ini ditugaskan untuk mengamankan tempat-tempat strategis seperti *fan base*, transportasi umum, pintu masuk stadion, dan tempat latihan tim (SRSA, 2012). Sektor keamanan menjadi salah satu kesuksesan Afrika Selatan selama penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2010 berlangsung. Selama turnamen ini berlangsung, tidak ada tindak kriminal serius yang mengganggu jalannya penyelenggaraan.

Selama 64 pertandingan, pihak kepolisian hanya mendapatkan laporan pencurian ringan sebanyak 290 kasus. Hal tersebut membuktikan pihak keamanan bekerja dengan baik dan membuktikan Afrika

Selatan merupakan negara yang aman. Komite Penyelenggara Piala Dunia Sepak Bola 2010 melaporkan bahwa telah meraih keuntungan melalui turnamen ini. Pendapatan yang diraih selama turnamen mencapai angka 526 Juta USD. Sebanyak 300 juta USD diraih melalui hasil penjualan tiket, sementara sisanya didapatkan melalui dukungan secara langsung dari FIFA. Pendapatan ini lebih banyak 10 juta USD dibandingkan dengan pengeluaran oleh komite. Komite Penyelenggara mengeluarkan dana sebesar 516 juta USD untuk operasional selama turnamen. Biaya operasional turnamen lebih banyak dipakai untuk pengoperasian stadion sebesar 260 juta USD. Pengeluaran ini juga sudah termasuk sumbangan ke pemerintah Afrika Selatan sebesar 23 juta USD (SRSA, 2012).

4.3 Perbaikan Citra Negara Afrika Selatan Melalui Piala Dunia Sepak Bola 2010

Suksesnya perhelatan Piala Dunia Sepak Bola 2010 di Afrika Selatan membawa dampak bagi Afrika Selatan. Ribuan turis datang secara langsung menyaksikan bagaimana Afrika Selatan mengelat turnamen ini. Hal ini menjadi kesempatan bagi Afrika Selatan untuk dapat memproyeksikan negara mereka di mata dunia.

4.3.1 Diplomasi Olah raga Afrika Selatan Selama Piala Dunia Sepak Bola 2010

Grix menjelaskan bahwa acara olah raga akbar dapat menarik perhatian ribuan hingga jutaan orang di seluruh dunia. Hal ini

menjadi ajang bagi tuan rumah untuk mengenalkan budaya dan citra mereka kepada dunia (Grix, 2013). Menjadi tuan rumah acara olah raga akbar adalah kesempatan langka bagi suatu negara.

Diplomasi olah raga dapat dipahami melalui model yang dibuat oleh Chalip dan O'Brien. Model tersebut dibagi menjadi enam buah strategi yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan negara, jumlah turis yang datang, dan juga citra negara (Chalip, 2007). Enam strategi ini berupa, meningkatkan pengeluaran turis yang datang, memperpanjang waktu kunjungan turis, mengontrol pengeluaran acara, meningkatkan relasi bisnis, kampanye untuk mempromosikan diri, dan menjadikan acara sebagai alat promosi. Peneliti akan melihat diplomasi olah raga Afrika Selatan dalam Piala Dunia Sepak Bola 2010 melalui enam strategi tersebut.

Strategi pertama digunakan oleh Afrika Selatan untuk meningkatkan pengeluaran turis yang datang. Pengeluaran turis secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan oleh Afrika Selatan. Selama penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2010 berlangsung Afrika Selatan telah menciptakan Fan Base. Melalui Fan Base ini, para fans dan supporter dapat menikmati nuansa Piala Dunia Sepak Bola. Sekitar 300.000 fans datang ke Fan Base ini setiap harinya untuk menonton maupun menikmati suasana di area tersebut (Thornton, 2011). Hal ini semakin meningkatkan pendapatan Afrika Selatan melalui Fan Base ini. Para fans menikmati bagaimana fan base ini dengan kemeriahan

dan suasana yang tidak kalah dengan suasana di dalam stadion.

Strategi kedua dari Afrika Selatan yaitu memperpanjang waktu kunjungan turis yang datang. Turis dari luar Afrika pada tahun 2010 ini akan lebih berfokus untuk Piala Dunia yang diadakan. Meskipun Piala Dunia akan berlangsung selama 30 hari namun hal ini tidak ingin dilewatkan pemerintah Afrika Selatan untuk memperkenalkan Afrika Selatan secara keseluruhan. Harga yang ditawarkan oleh mereka juga mengalami penurunan, seperti pada hotel mengalami penurunan harga sebesar 20% sejak Januari 2010 (Dowse, 2011). Melalui penurunan harga tersebut diharapkan dapat memperpanjang waktu kunjungan turis. Menciptakan suasana aman dan tenteram juga menjadi strategi Afrika Selatan dalam memperpanjang waktu kunjungan turis. Infrastruktur umum seperti jalanan, transportasi, dan juga fasilitas publik diperbaharui untuk mendukung penciptaan suasana nyaman bagi turis.

Strategi ketiga oleh Afrika Selatan adalah kerja-sama dengan perusahaan telekomunikasi untuk mengontrol pengeluaran acara. Acara olah raga akbar menjadi acara dengan pengeluaran anggaran sangat banyak. Jumlah pengeluaran dapat mencapai hingga angka jutaan USD untuk mensukseskan acara olah raga akbar. Acara olah raga akbar dapat menarik minat jutaan supporter olah raga di seluruh dunia. Hal ini juga menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk dapat mengenalkan produk mereka. Partner resmi dapat menyiarkan, memproduksi, dan mendistribusikan produk-produk dari turnamen ini yang dapat menarik

minat masyarakat untuk dapat membelinya. Salah satu perusahaan telekomunikasi yang telah bekerja sama dan menjadi partner resmi adalah MTN. MTN menjadi perusahaan telekomunikasi pertama yang menjadi partner resmi Piala Dunia Sepak Bola 2010 (FIFA, 2006).

Strategi keempat oleh Afrika Selatan adalah melalui meningkatkan relasi bisnis. Salah satu tujuan negara menyelenggarakan acara olah raga akbar adalah untuk menarik perusahaan multinasional berinvestasi dalam negeri mereka untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Untuk dapat memiliki hubungan bisnis dengan perusahaan multinasional Afrika Selatan membentuk suatu kampanye selama perhelatan Piala Dunia Sepak Bola 2010. Kampanye tersebut berjudul "*Win in Africa with Africa*" (Brand South Africa, 2010). Kampanye ini bertujuan untuk menarik investor dalam pengembangan layanan sosial di Afrika Selatan. Pengembangan layanan sosial seperti pusat pendidikan, kesehatan masyarakat, dan juga olah raga.

Strategi kelima adalah melalui kampanye untuk mempromosikan diri. Kampanye "*Win in Africa with Africa*" tidak hanya menjadi kampanye satu-satunya selama perhelatan Piala Dunia Sepak Bola 2010 berlangsung. Afrika Selatan telah membuat berbagai kampanye lain untuk dapat mempromosikan negara mereka. kampanye tersebut antara lain "*The Football for Hope Festival*", "*Friday Football*", dan juga "*Football Turf Programme*" (Brand South Africa, 2010).

Strategi terakhir yaitu menggunakan acara olah raga akbar melalui alat promosi berupa iklan dan poster. Acara olah raga akbar

menarik perhatian masyarakat dari seluruh dunia baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut tentu menjadi kesempatan bagi Afrika Selatan untuk mempromosikan negara mereka sendiri. Selama Piala Dunia Sepak Bola 2010 berlangsung, rata-rata sebanyak 3juta orang menonton pertandingan langsung di stadion.

4.3.2 Perbaikan Citra Afrika Selatan Pasca Piala Dunia Sepak Bola 2010

Peningkatan citra negara dapat dilihat melalui enam aspek utama yang ditentukan oleh *Anholt Nation Brand Index*. Keenam aspek tersebut adalah pariwisata, ekspor, investasi, budaya, pemerintah, dan masyarakat. Namun, dalam kasus ini hanya terdapat empat aspek utama yang mendapatkan dampak langsung dari Piala Dunia Sepak Bola 2010 bagi Afrika Selatan yaitu pariwisata, investasi, budaya, dan masyarakat (Aronczyk, 2013).

Aspek pertama yang dilihat dalam *Anholt Nation Brand Index* adalah pariwisata. Pariwisata menjadi salah satu cara efektif dalam memberikan citra yang baik bagi suatu negara. Afrika Selatan mengalami jumlah peningkatan turis yang datang. Peningkatan turis yang datang pada tahun 2011 adalah 921.000 turis asing satu tahun setelah penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2010. Angka ini jauh lebih besar dibandingkan dengan jumlah peningkatan turis pada tahun 2004 setahun setelah Piala Dunia Kriket berlangsung yang hanya sebesar 275.000 turis asing (SRSA,2012).

Aspek kedua oleh *Anholt Nation Branding Index* yang dipengaruhi dari Piala Dunia Sepak Bola 2010 adalah investasi.

Investasi dapat membantu suatu negara dalam meningkatkan ekonomi mereka. Pada tahun 2014 angka investasi asing langsung di Afrika Selatan mencapai angka positif hingga 7 miliar USD (Mundi Index, 2017). Penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2010 yang sukses dan aman menjadi faktor bagi para investor.

Budaya menjadi aspek selanjutnya dalam peningkatan citra negara melalui Anholt Nation Brand Index. Budaya dari suatu negara menjadi ciri khas sendiri dan aspek penting dalam pembentukan citra baik bagi suatu negara. Salah satu pengenalan budaya Afrika Selatan yang sukses adalah melalui alat musik resmi Piala Dunia vuvuzela (Ndlovu, 2011). Selama turnamen berlangsung vuvuzela menjadi alat musik yang sering dimainkan baik dalam stadion, Fan Base, maupun di jalan.

Aspek terakhir dalam Anholt Nation Brand Index yang dipengaruhi langsung oleh Piala Dunia 2010 adalah masyarakat. Masyarakat menjadi salah satu agen dalam memproyeksikan citra negara di dunia internasional. Piala Dunia menjadi kunci dalam perubahan persepsi publik internasional terhadap masyarakat Afrika Selatan. Tidak adanya kasus kriminal serius menjadi salah satu alasan dalam perubahan persepsi ini. Salah satu turis yang datang mengatakan bahwa dia melihat orang-orang berpesta di jalan, kesenangan orang-orang, dan juga mengatakan bahwa ini merupakan perayaan yang luar biasa.

Salah satu hasil yang didapat oleh Afrika Selatan dalam politik sistem internasional adalah bergabungnya Afrika Selatan dalam BRICS pada Desember 2010

(Nel, 2017). BRICS merupakan organisasi ekonomi yang terdiri dari lima negara dengan *emerging power* dalam bidang ekonomi yaitu, Brasil, Rusia, India, Tiongkok, dan Afrika Selatan. Pada awal pembentukannya BRICS diberi nama BRIC karena belum masuknya Afrika Selatan dalam organisasi tersebut. Tiongkok baru mengundang Afrika Selatan dan disetujui oleh negara anggota lainnya. Tiongkok sebagai partner perdagangan terbesar bagi Afrika Selatan menyatakan bahwa Afrika Selatan menjadi salah satu negara dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat (Reuters, 2012). Bergabungnya Afrika Selatan tidak lepas dari strategi Afrika Selatan dalam peningkatan citra mereka melalui penyelenggaraan Piala Dunia Sepak Bola 2010 (Uzodike, 2016).

5. KESIMPULAN

Penelitian ini melihat korelasi antara penyelenggaraan acara olah raga akbar dan perbaikan citra negara. strategi peningkatan melalui acara olahraga akbar dapat memberikan suatu peningkatan citra bagi negara. keenam strategi tersebut adalah meningkatkan pengeluaran turis yang datang, memperpanjang waktu kunjungan turis, mengontrol pengeluaran acara, meningkatkan relasi bisnis, kampanye untuk mempromosikan diri, dan menjadikan acara sebagai alat promosi. Sementara, aspek citra yang dapat ditingkatkan melalui acara olah raga akbar terdapat empat aspek yang meliputi pariwisata, investasi, budaya, dan masyarakat.

6. DAFTAR PUSTAKA

Sumber Website

- BBC (2010). World Cup 2010 begins in South Africa. Retrieved 2019 from http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/football/world_cup_2010/8731389.stm
- Cornelissen, S. (2007). *Crafting legacies: the changing political economy of global sport and the 2010 FIFA World Cup*. Routledge. Retrieved 2019 from: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02589340801962510>
- Fan, Y. (2010), *Branding the nation: towards a better understanding*, Place Branding and Public Diplomacy: Researchgate. Diakses pada tanggal 4 Juni 2019 melalui: https://www.researchgate.net/publication/49402107_Branding_the_nation_Towards_a_better_understanding
- FIFA.com (2010). Fan Guide <https://www.fifa.com/mm/document/tournament/loc/01/20/26/44/fanguidelres.pdf>
- FIFA.com (2006). MTN Signs Global Deal as First African FIFA World Cup Sponsor Until 2010 <https://www.fifa.com/worldcup/news/mtn-signs-global-deal-first-african-fifa-world-cup-sponsor-until-2010-14528>
- Giampiccolli *et al.* (2013). *Destination South Africa. Comparing global sports mega-events and recurring localised sports events in South Africa for tourism and economic development*, Durban: Tandfonline. Diakses pada tanggal 24 April 2019 melalui: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2013.787050>
- Green, Branden. (2015). *What Happens When You Host World's Largest Party: The Political Impact of Hosting FIFA's World Cup*, Georgia: University Honors Program Theses. Diakses pada tanggal 24 April 2019 melalui: <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1153&context=honors-theses>
- Lindell, Ilda *et al.* (2010). *The World Cup 2010 and The Urban Poor. 'world class cities' for all?*, : The Nordic Africa Institute. Diakses pada tanggal 17 Maret 2019 melalui: https://www.researchgate.net/publication/265242246_The_World_Cup_2010_and_the_urban_poor_'World_class_cities'_for_all
- McKaiser, Eusebius. (2010). *Soccer World Cup 2010. Will the Rainbow Nation Make an Appearance?*, Cape Town: Heinrich Böll Foundation. Diakses pada tanggal 17 Maret 2019 melalui: <https://za.boell.org/2010/04/29/soccer-world-cup-2010-will-rainbow-nation-make-appearance-publications>
- Mundi index (2017) <https://www.indexmundi.com/facts/south-africa/foreign-direct-investment>
- Nel, Philip (2017). *South Africa, BRICS, and Global Governance How SA Tried to Change the World and Succeeded in Changing Itself*, Dunedin: Researchgate Diakses pada tanggal 20 Juni 2019 melalui: https://www.researchgate.net/publication/317371275_South_Africa_BRICS_and_Global_Governance_How_SA_Tried_to_Change_the_World_and_Succeeded_in_Changing_Itself
- Ndlovu Gatsheni, S. J. (2011). *The World Cup, Vuvuzelas, Flag-Waving Patriots and the Burden of Building South Africa*. Third World Quarterly. Diakses pada tanggal 20 Juni 2019 melalui:

- <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01436597.2011.560469>
- Ndlovu, Sifiso. (2009). *“Sport as Cultural Diplomacy: The 2010 FIFA World Cup in South Africa’s Foreign Policy”*, London: Routledge. Diakses pada tanggal 16 Maret 2019 melalui: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14660970903331466>
- Ngonyama, Percy (2009). *“The 2010 FIFA World Cup: Critical Voices from Below”*, London: Routledge. Diakses pada tanggal 20 Maret 2019 melalui: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14660970903331490>
- O’Brien, D. and Gardiner, S. (2006) *“Creating sustainable mega-event impacts: Networking and relationship development through pre-event training”*, Sport Management Review: Researchgate. Diakses pada tanggal 4 April 2019 melalui: www.researchgate.net/publication/227425416_Creating_Sustainable_Mega_Event_Impacts_Networking_and_Relationship_Development_through_Pre-Event_Training
- Overseas Development Institute. (1987). *“Sanctions and South Africa Economy”*, London: Diakses pada tanggal 17 Maret 2019 melalui: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/6704.pdf>
- Roche, M (2012). *“Mega-events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture”*. London: Routledge. Diakses pada tanggal 30 Maret 2019 melalui: https://www.researchgate.net/publication/278288651_Mega-events_and_modernity_revisited_Globalization_and_the_case_of_the_Olympics
- Sanders, Barry. (2011). *“Sport as Public Diplomacy”*, California: University of Southern California. Diakses pada tanggal 27 Maret 2019 melalui: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/sport-public-diplomacy>
- Sport & Recreation South Africa (SRSA). (2012). *“2010 FIFA World Cup Country Report”*, Johannesburg: South Africa Government. Diakses pada tanggal 4 Juni 2019 melalui: <http://www.srsa.gov.za/MediaLib/Home/DocumentLibrary/SRSACountryReport2013-withcover.pdf>
- Tassiopoulos, Dimitri. (2009). *“Policy, Politics and Events: A Case Study Of South Africa’s 2010 FIFA WORLD CUP: Managing International Sports Events In Sustainable Political Context”*, Dornbirn: Researchgate Diakses pada tanggal 20 Maret 2019 melalui: https://www.researchgate.net/publication/263462345_POLICY_POLITICS_AND_EVENTS_A_CASE_STUDY_OF_SOUTH_AFRICA'S_2010_FIFA_WORLD_CUP_MANAGING_INTERNATIONAL_SPORTS_EVENTS_IN_SUSTAINABLE_POLITICAL_CONTEXT
- Uzodike, Nwabufo (2016). *“South Africa and BRICS: Path to a New African Hegemony?”* African Heritage Institution. Diakses pada tanggal 20 Juni 2019 melalui: https://www.researchgate.net/publication/299845900_South_Africa_and_BRICS_Path_to_a_new_African_hegemony
- VOA (2010). *South African Bask in Success of 2010 World Cup* <https://www.voanews.com/africa/south-africans-bask-success-2010-world-cup>
- Wang, Jian. (2008). *“Managing National Reputation and International Relations in The Global Era: Public*

- Diplomacy Revisited*: Researchgate. Diakses pada tanggal 2 Juni 2019 melalui: https://www.researchgate.net/publication/248527813_Managing_national_reputation_and_international_relations_in_the_global_era_Public_diplomacy_revisited
- Wilson, Richard. (2001). *"The Politics of Truth and Reconciliation in South Africa: Legitimizing Post-Apartheid State"*, Cambridge: The Press Syndicate of The University of Cambridge. Diakses pada tanggal 20 Maret 2019 melalui: http://assets.cambridge.org/9780521802192/frontmatter/9780521802192_frontmatter.pdf
- Chukwebuka, Ezeibe C (2014). *"Fifa World Cup Finals: Catalyst for Infrastructural Development? A Case Study of South Africa 2010"*, Nsukka: Iosjournals
- Cottrell, Robert. (2005). *"South Africa. State of Apartheid"*, California: Chelsea House Publisher.
- Cottle, Eddie. (2010). *"South Africa's World Cup. A Legacy for Whom?"*, Kwazulu Natal: University of Kwazulu- Natal Press.
- Darsiti, Soeratman. (1974) *"Sejarah Afrika Zaman Imperialisme Modern Jilid 1"*, Yogyakarta: Penerbit Vita

BUKU DAN JURNAL

- Adam, Heribert & Moodley, Kogila. (1993). *"The Opening of The Apartheid Mind: Options for the New South Africa"*, Berkeley: University of California Press
- Avraham, Eli. (2014). *"Hosting Events as a Tool for Restoring Destination Image"*. University of Haiva
- Aronczyk, Melissa (2013). *"Living the Brand": Nationality, Globality and the Identity Strategies of Nation Branding Consultants"*, New York: New York University
- Bannister, J. P., Saunders. (1978). *"UK Consumers' Attitudes Toward Imports: The Measurement of National Stereotype Image"*, London: European Journal of Marketing
- Bond, Patrick (2000). *"Elite Transition: From Apartheid to Neoliberalism in South Africa"*, London: Pluto Press
- Chalip, Laurence (2006). *"Towards Social Leverage of Sport Events"*, London: Routledge