

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Hubungan Internasional dapat diartikan sebagai ilmu hubungan dan interaksi antar negara, termasuk aktivitas dan kebijakan pemerintah, organisasi internasional, organisasi non pemerintah, dan perusahaan multinasional. Perkembangan dunia saat ini telah membuat studi Hubungan Internasional menjadi berkembang pesat dan luas, salah satu yang berkembang adalah diplomasi. Saat ini, diplomasi tradisional telah menjadi diplomasi yang lebih maju dan modern melalui perkembangan teknologi informasi dan aktor diplomasi, dalam hal ini diplomasi publik. Perkembangan teknologi dan informasi menjadikan sarana diplomasi menjadi bervariasi. Jika dulu perang sering menjadi isu diplomasi, maka isu tersebut kini telah berubah. Munculnya masalah lain seperti terorisme, hak asasi manusia, kesehatan, lingkungan, dan pariwisata menjadikan masalah tersebut menjadi tujuan dilaksanakannya diplomasi publik. Diplomasi publik dapat dikatakan sebagai aktivitas suatu negara saat berkomunikasi dan berhubungan dengan publik asing (*foreign public*).

Upaya diplomasi publik untuk memperkenalkan Indonesia kepada masyarakat internasional sering kali dilakukan oleh Pemerintah Indonesia melalui keberagaman kebudayaan, kuliner, pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia. Namun, ada satu aspek lainnya yang mulai diperhitungkan keberadaannya sebagai sarana diplomasi publik, yaitu olahraga. Diplomasi publik melalui acara olahraga perlu untuk dikembangkan oleh Indonesia secara berkelanjutan, karena olahraga dapat menjadi alat diplomasi yang efektif. Nilai sportifitas, persahabatan, dan kerja sama yang terkandung dalam olahraga dapat mempererat hubungan antar negara dan bangsa serta dapat diterima secara luas. Tidak hanya itu, saat ini olahraga telah mencakup banyak aspek, seperti politik, ekonomi, keamanan, dan sosial budaya. Maka dari itu, olahraga saat ini dapat menjadi salah satu sarana diplomasi publik yang potensial. Tidak sesederhana atlet yang berkompetisi, namun peran negara juga terlibat dalam pelaksanaan sebuah acara olahraga untuk mencapai kepentingan nasional maupun internasional. Acara olahraga bertaraf nasional pun kini dapat menaikkan citra negara dan keuntungan positif lainnya bagi negara tersebut. Terlebih lagi acara olahraga yang bertaraf internasional seperti Olimpiade, Piala Dunia, dan F1 merupakan acara olahraga yang memiliki tingkat prestisius yang tinggi dan

di siarkan hampir di seluruh dunia, sehingga negara penyelenggara acara tersebut banyak mendapat keuntungan positif. Begitu juga MotoGP (*Moto Grand Prix*), yang menjadi sarana diplomasi publik Pemerintah Indonesia.

MotoGP adalah kejuaraan olahraga balap motor tertua di dunia yang mempertandingkan kelas puncak balap motor dunia yang terdiri dari dua puluh seribalapan di enam belas negara, dan empat benua yang disiarkan oleh tv secara global. Kejuaraan ini diikuti oleh pembalap – pembalap handal di dunia dari berbagai negara dan dipersenjatai oleh sepeda motor dengan teknologi paling mutakhir di setiap unitnya. Produsen sepeda motor yang terlibat sebagai peserta yaitu Ducati, Yamaha, Aprilia, KTM, Honda, dan Suzuki. Didirikan sebagai Kejuaraan Dunia oleh FIM (*Federation Internationale de Motocyclisme*) pada tahun 1949, gelaran MotoGP 2022 adalah tahun ke – 74 penyelenggaraan kejuaraan. Kejuaraan ini telah mengalami beberapa perubahan mekanisme, pada tahun 2002 dengan peraturan teknis baru memungkinkan pengenalan mesin 4 – tak, dan meningkatkan kapasitas mesin menjadi 990cc, sehingga disebut MotoGP. Hingga tahun 2007 aturan di rubah membatasi kapasitas mesin menjadi 800cc, dan lagi di tahun 2012 aturan batasan kapasitas mesin di tambah pada batasan 1000cc. MotoGP telah di administrasikan oleh pemilik hak komersial yakni “*Dorna Sports*” di bawah pengawasan FIM sejak tahun 1992. Selain kelas kelas utama (MotoGP), ada juga dua kejuaraan dunia *Grand Prix* yang merupakan bagian dari MotoGP, yakni Moto2 dan Moto3. Masing – masing kelas balapan akan memiliki juara tersendiri di setiap akhir musim / akhir tahun.

Pentingnya pelaksanaan MotoGP tidak hanya bagi negara penyelenggara, namun banyak sekali pihak yang terlibat di dalamnya, karena dalam pelaksanaannya, MotoGP banyak melibatkan perusahaan multinasional dari berbagai negara, negara penyelenggara, negara peserta, dan perusahaan sepeda motor kelas dunia yang menjadi peserta dalam MotoGP tersebut. Hal lainnya yang sangat diperhitungkan, yaitu banyaknya sponsor – sponsor yang berada dibalik penyelenggaraan MotoGP dan gelombang wisatawan yang akan datang. Dapat dibayangkan betapa banyaknya aliran dana dan pihak – pihak yang datang dan terlibat dalam pelaksanaan MotoGP ini, sehingga acara ini selalu diperebutkan oleh banyak negara untuk menjadi tuan rumah pelaksanaan MotoGP. Atas dasar itulah negara rela mengeluarkan dana yang sangat besar untuk menggelar MotoGP, karena negara penyelenggara melihat potensi yang besar yang akan memacu perekonomian

negara tersebut. Fakta bahwa MotoGP telah menjadi acara olahraga otomotif dengan level prestisius yang tinggi akan menarik banyak wisatawan, sponsor, dan aktor lainnya untuk berinvestasi didalamnya. Indonesia adalah salah satu negara di wilayah Asia Tenggara yang mempunyai kesempatan menggelar kejuaran balap motor kelas dunia ini. Setengah dari negara – negara penyelenggara balapan ini terletak di Eropa dan Amerika selain Jepang, Malaysia, dan Qatar. Dimasukkannya kembali Indonesia ke dalam daftar negara – negara penyelenggara MotoGP menjadikan Indonesia sebagai salah negara di kawasan Asia Tenggara yang diberi kehormatan oleh Komisi Grand Prix Internasional. CEO *Dorna Sports* (penyelenggara MotoGP) Carmelo Ezpeleta mengatakan, Asia adalah wilayah terpenting untuk industri sepeda motor dunia, apalagi Indonesia yang merupakan salah satu pasar terbesar sepeda motor. Dan animo masyarakat Indonesia terhadap MotoGP tergolong tinggi.

Indonesia melihat nilai strategis pada penyelenggaraan MotoGP setelah terjadinya pandemi. Apalagi Indonesia juga mengalami dampak dari pandemi covid – 19, salah satu yang terdampak adalah pariwisata. Pandemi covid – 19 kemarin berdampak terhadap turunnya angka pariwisata Indonesia, apalagi Indonesia menjadikan pariwisata sebagai salah satu sumber devisa negara. Diselenggarakannya MotoGP di Indonesia menjadi titik balik kebangkitan industri pariwisata di Indonesia, terutama setelah pandemi covid – 19. Banyaknya sponsor dan wisatawan yang datang tentu akan memacu perekonomian negara, apalagi MotoGP ini disiarkan hampir di seluruh dunia sehingga nama Indonesia semakin dikenal oleh dunia internasional. Dan event ini juga dapat menjadi kesempatan bagi Indonesia untuk memberikan citra dan reputasi positif kepada dunia internasional karena menjadi salah satu negara di kawasan Asia Tenggara yang dipandang sebagai kawasan negara berkembang yang mampu menjadi negara penyelenggara MotoGP setelah terjadi pandemi covid – 19.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :  
Strategi apa yang dilakukan oleh Indonesia untuk menjadikan MotoGP Mandalika 2022 sebagai sarana diplomasi publik?

## 1.3 Kerangka Pemikiran

### 1.3.1 Konsep Diplomasi Publik

Pada tahun 1960 – an *United States Information Agency* (USIA) menggunakan diplomasi publik pertama kalinya yang mendefinisikan diplomasi publik sebagai alat untuk mengajak masyarakat terlibat untuk menginformasikan dan mempengaruhi masyarakat internasional. Tujuannya adalah untuk meningkatkan citra dan reputasi suatu negara. Oleh karena itu, diplomasi publik membutuhkan sinergi antara negara dan masyarakat agar mampu meyakinkan masyarakat internasional bahwa negara tersebut sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan (Simonin, 2008). Pada era globalisasi ini aktivitas diplomasi telah berkembang luas seiring dengan semakin kompleksnya isu – isu dalam hubungan internasional. Bentuk diplomasi yang awalnya hanya berupa diplomasi resmi yang bersifat konvensional, pada masa kini telah berkembang dan berefek pada bentuk – bentuk diplomasi lain yang lebih bersifat tidak kaku dan fleksibel.

Christopher Ross (2003), Koordinator Bidang Diplomasi Publik Departemen Luar Negeri Amerika Serikat, mengatakan bahwa ada beberapa pilar yang harus dipahami agar diplomasi publik yang dilakukan bisa berhasil, dalam artian dapat memenuhi tujuannya dalam menginformasikan, melibatkan, dan mempengaruhi publik manca (*to inform, engage, and influence*). **Pertama**, ada koordinasi kerja sama pada tataran nasional. Kegiatan diplomasi publik bentuknya beragam, dan semuanya ditujukan untuk mendukung kepentingan nasional dan memenuhi kewajiban – kewajiban internasional suatu negara. Harus dipastikan pula bahwa sumbernya berasal dari pemerintah, bukan yang lain. Diplomasi publik pada tataran nasional perlu dikoordinasikan pada tataran pemerintah mengingat beragamnya jenis pesan, bahasa, kelompok sasaran, format, dan media. Koordinasi penting dilakukan agar prioritas atas informasi dan pemahaman tema menjadi jelas; pesan yang akan disampaikan adalah konsisten; dan sumber – sumber yang digunakan adalah efektif. **Kedua**, karena kelompok sasaran diplomasi publik adalah luas dan beragam, maka perlu memanfaatkan semua saluran informasi dan komunikasi yang ada seperti internet, publikasi cetak, *broadcasting, press placements, travelling speaker*, atau pertukaran pendidikan dan budaya. **Ketiga**, memperluas aliansi dan kerja sama dengan sektor – sektor swasta dan aktor non – negara lainnya. (Ross, 2003)

Terkait konsep diplomasi publik tersebut, peneliti menemukan bahwa pemerintah Indonesia ingin memperkuat citra dan identitas bangsa dengan diselenggarakannya

MotoGP Mandalika 2022. Dengan diselenggarakannya MotoGP di Pulau Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki pariwisata dan budaya yang menarik, maka hal tersebut menjadi nilai plus bagi Indonesia sehingga wisatawan lokal maupun mancanegara yang datang untuk menyaksikan gelaran MotoGP dapat sekaligus berwisata. Apalagi, Pulau Lombok bersebelahan dengan Pulau Bali yang sudah mendunia sehingga tidak membutuhkan waktu lama dari Pulau Lombok ke Pulau Bali. Tentu gelaran MotoGP disiarkan hampir di seluruh dunia, sehingga sirkuit yang terletak dekat sekali dengan pantai ini akan semakin menarik dan memperlihatkan keindahan alam Indonesia yang disorot oleh media, sehingga di kemudian hari akan menambah jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara untuk menyaksikan gelaran MotoGP Mandalika. Seiring meningkatnya jumlah wisatawan yang datang, tentu akan memacu perekonomian Indonesia, serta semakin dikenalnya keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.

Dari pendapat Christopher Ross diatas tentang pilar yang harus dipahami agar diplomasi publik yang dilakukan dapat berhasil, maka penerapannya dalam strategi diplomasi publik Indonesia yaitu, **pertama**, koordinasi kerja sama pada tataran nasional. Koordinasi dan kerja sama pada tataran nasional untuk menyukseskan gelaran MotoGP Mandalika 2022 tentu melibatkan Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi, Kementerian, dan lembaga terkait, maka dari itu seluruh pihak yang terlibat harus berkoordinasi dengan baik antar lembaga. Koordinasi tersebut dilakukan untuk menunjukkan kesiapan untuk menggelar event tersebut agar berjalan dengan baik. Teknis, infrastruktur, akomodasi, transportasi, dan penerapan protokol kesehatan merupakan hal yang harus dikoordinasikan dengan baik, apalagi gelaran MotoGP Mandalika ini dilaksanakan setelah terjadinya pandemi covid – 19. Tentu *event* ini akan mengundang banyak wisatawan yang datang, penerapan protokol kesehatan tentu menjadi perhatian penting, agar tidak terjadi peningkatan kasus covid – 19 dan menjadi bukti kepada dunia internasional bahwa Indonesia mampu menggelar MotoGP Mandalika 2022 setelah pandemi covid – 19 dan menerapkan protokol kesehatan yang baik. Karena penyelenggaraan MotoGP Mandalika akan menjadi sarana promosi yang efektif sehingga menambah daya tarik Indonesia di mata dunia. **Kedua**, karena kelompok sasaran diplomasi publik adalah luas dan beragam, maka perlu memanfaatkan semua saluran informasi dan komunikasi yang ada seperti internet, publikasi cetak, *broadcasting*, *press placements*, *travelling speaker*, atau pertukaran pendidikan dan budaya. Promosi, sosialisasi, dan penyebaran informasi menjadi alat penting untuk mendukung kelancaran

suatu *event* agar *event* tersebut dapat dikenal dan diketahui banyak orang. Pada era digital saat ini, media sosial mempunyai peran penting membuat siapapun dapat berinteraksi dengan khalayak dalam waktu singkat, tanpa harus dibatasi ruang dan waktu, apalagi dalam hal promosi, media sosial dapat dengan cepat membuat khalayak mengetahui apa yang sedang dipromosikan. Sebagai contoh, banyak pembalap MotoGP yang memiliki jumlah pengikut yang banyak di media sosial mengupload foto, video, dan status di sosialmedia yang bisa memancing rasa ingin tahu penggemarnya. Para pembalap yang mengabadikan momen liburan di media sosial dapat menjadi salah satu promosi tersendiri bagi Indonesia yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. **Ketiga**, memperluas aliansi dan kerjasama dengan sektor – sektor swasta dan aktor non – negara lainnya. Tentu gelaran MotoGP Mandalika 2022 ini tidak hanya melibatkan pemerintah, namun juga melibatkan aktor swasta dan non - negara, salah satunya adalah promotor MotoGP, yaitu *Dorna Sports*. Dimulai pada tahun 2017, Indonesia melalui *Indonesia Tourism Development Corporation* (ITDC / PT Pengembangan Pariwisata Indonesia) melakukan negosiasi dengan *Dorna Sports* untuk meyakinkan mereka bahwa Indonesia mampu menggelar kembali kejuaraan dunia MotoGP. Dan akhirnya pada tahun 2019 setelah negosiasi antara ITDC dengan *Dorna Sports*, *Dorna Sports* menandatangani perjanjian kerjasama dengan *Indonesia Tourism Development Corporation* (ITDC) untuk membawa ajang MotoGP ke Mandalika. Selain negosiasi antara ITDC dengan *Dorna Sports*, Indonesia juga bekerja sama dengan *Dorna Sports* melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf RI) dan PT Pertamina (Persero).

#### 1.4 Hipotesa

Berlandaskan konsep diplomasi publik diatas, maka hipotesa strategi Indonesia menjadikan MotoGP Mandalika 2022 sebagai sarana diplomasi publik adalah dengan cara melakukan :

- 1) Upaya dan kerja sama pada tataran nasional untuk mendukung gelaran MotoGP Mandalika 2022
- 2) Promosi dan penyebaran informasi terkait gelaran MotoGP Mandalika 2022 melalui *digital platform* terhadap publik dalam negeri maupun luar negeri
- 3) Negosiasi dan kerja sama dengan promotor MotoGP, yaitu *Dorna Sports* sebagai aktor non – negara

## 1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, alasan memilih desain penelitian deskriptif kualitatif karena ingin mendeskripsikan keadaan di lapangan dengan lebih spesifik, transparan, dan mendalam. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian sehingga data yang akan terkumpul bersifat deskriptif untuk mengidentifikasi strategi diplomasi publik Indonesia.

### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka atau studi dokumen dari literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas, seperti : buku, jurnal, koran, dan artikel.

### 1.5.2 Metode Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Berdasarkan Modul Rancangan Penelitian yang diterbitkan oleh Ristekdikti pada tahun 2019 menjelaskan, penelitian kualitatif bisa dipahami sebagai prosedur riset yang memanfaatkan data deskriptif, berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan pelaku yang dapat diamati.

## 1.6 Jangkauan Penelitian

Jangkauan penelitian dari persiapan *event* MotoGP Mandalika 2022 pada tahun 2017 sampai saat pelaksanaan tahun 2022.

## 1.7 Sistematika Penulisan

**BAB I** : Berisi latar belakang, rumusan masalah, kerangka pemikiran, hipotesa, metode penelitian, teknik pengumpulan data, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II** : Diplomasi Publik Indonesia dan Gelaran MotoGP. Di bab II ini penulis akan menjelaskan tentang diplomasi publik Indonesia, serta penjelasan tentang gelaran MotoGP secara umum dan gelaran MotoGP di Indonesia.

**BAB III** : Strategi Diplomasi Publik Indonesia pada Gelaran MotoGP Mandalika 2022. Pada bab III ini penulis akan menjawab rumusan masalah skripsi ini, yaitu strategi yang digunakan oleh Indonesia menjadikan MotoGP Mandalika 2022 sebagai sarana diplomasi publik.

**BAB IV** : Penutup (berisi kesimpulan, temuan riset, dan riset lanjutan).