

SEPAKBOLA SEBAGAI ALAT DIPLOMASI AUSTRALIA DI KAWASAN ASIA

Zakky Bayu Nugroho

NIM: 20120510092

Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kampus Terpadu UMY, Jl. Lingkar Barat, Tamantirto,
Kasihan, Bantul, DIY 55183

Email: zakkybayu@rocketmail.com

***Abstrac** - This journal will discuss how Australia is using football as a tool of diplomacy in Asia. Football is a very popular sport all over the world. There have been many cases of a country that is using football as a means of achieving a national interest, the closest example is when Brazil*

hosts the World Cup 2014. Australia tried to get closer and closer relations with Asia, through football with the arrival of Football Federation Australia from Oceania to Asia zone and became host the Asian Cup 2015.

***Keywords** - Football, Australia, diplomacy, Asia, Asian Cup 2015.*

Pendahuluan

Hubungan internasional pada saat ini tidak hanya mengenai hubungan suatu negara dengan negara lainnya melewati pemerintah. Tapi pada era modern ini hubungan internasional bergerak lebih dinamis atau bahkan universal. Aktor-aktor yang terkait dengan hubungan internasional menjadi lebih meluas cakupannya. Seperti organisasi internasional non pemerintah, dan masyarakat dapat menjadi aktor penentu dalam dunia hubungan Internasional.

Dari berbagai macam bentuk diplomasi, salah satu yang paling populer adalah diplomasi kebudayaan. Diplomasi kebudayaan adalah seni mengedepankan kepentingan nasional melalui aspek-aspek kebudayaan. Kebudayaan itu sendiri merupakan keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hal dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan kehidupan masyarakat yang dijadikan milik manusia dengan cara belajar.

Sepakbola merupakan cabang olahraga yang mungkin sangatlah populer di seluruh dunia. Hampir setiap negara, baik negara maju, negara berkembang, dan negara miskin menyukai olahraga tersebut. Sepakbola tidak memiliki pembatas atau sekat tentang siapa yang melakukan olahraga tersebut atau pun yang hanya sekedar menikmati permainan tersebut. Sepakbola seakan menjadi milik semua.

Sepakbola pun dapat dijadikan sebagai salah satu sarana untuk membuka mata dunia tentang sebuah solidaritas atas sesama. Banyak pertandingan sepakbola yang dibuat menjadi

sebuah acara amal kemanusiaan. Mereka menggunakan pendapatan dari tiket masuk, hak siar televisi untuk mendapatkan dana demi sebuah aksi sosial. Ini merupakan salah satu bukti bagaimana sepakbola bukan hanya mengenai olahraga tapi juga bisa berarti hal yang lain.

Begitu pun dalam dunia hubungan internasional sudah banyak negara yang menggunakan sepakbola sebagai suatu alat untuk mendapatkan kepentingan nasional yang ingin dituju. Bisa kita ambil contoh kecil pada penyelenggaraan Piala Dunia 2010, dimana Afrika Selatan mendapatkan kesempatan untuk menjadi tuan rumah perhelatan akbar besar sepakbola. Semua negara menjadi tertuju pada Afrika Selatan. Yang mungkin sebelum 2010 tidak ada yang menganggap bahwa di benua Afrika terdapat negara Afrika Selatan. Kita pun menjadi tahu kota-kota yang ada di Afrika Selatan seperti Cape Town, Johannesburg, Durban, Pretoria, Porth Elizabeth dan sebagainya.

Sepakbola dapat mempengaruhi suatu pergerakan di bidang politik. Dalam beberapa kasus, sepakbola menjadi barometer ideal dalam hubungan internasional, ketegangan antar bangsa, serta ambisi nasional. Sebagai contoh negara-negara yang baru merdeka langsung mencari legitimasinya dengan mengajukan syarat menjadi anggota FIFA (*Federation International Football Association*), yang jumlahnya lebih banyak daripada anggota PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa). Hal ini menunjukkan bahwa sepakbola telah merangkul semua bangsa dan negara di dunia tanpa memandang kekuatan negara baik dari segi kekuatan ekonomi, politik, sosial, dan budaya, dan setiap negara ingin memperoleh pengakuan dunia internasional dalam konteks persaingan sepakbola internasional.

Sepakbola sebagai alat diplomasi suatu negara misalnya, dapat dilaksanakan pada kejuaraan-kejuaraan internasional. Kejuaraan internasional terbesar di sepakbola ialah **Error! Bookmark not defined.** (*World Cup*) yang diselenggarakan oleh FIFA. Persaingan pencalonan tuan rumah Piala Dunia pada setiap pergelaran akbar Piala Dunia yang diadakan setiap 4 tahun sekali memberikan peluang bagi negara-negara untuk saling berdiplomasi. Setiap negara di dunia yang mewakili segala benua bersaing untuk dapat menjadi tuan rumah Piala Dunia. Persaingan antar negara ini memberikan *prestise* atau kebanggaan tersendiri terhadap sepakbola secara umum dan Piala Dunia secara khusus dalam pencitraan suatu negara di dunia internasional. Hal inilah yang menjadikan sepakbola pada dewasa ini telah berkembang menjadi kekuatan Diplomasi yang diperhitungkan oleh setiap negara-negara di dunia.

Australia merupakan salah satu negara persemakmuran Inggris yang sangatlah besar, bahkan termasuk negara nomer (6) enam dengan luas terbesar di dunia. Australia adalah negara yang diapit oleh dua samudera yaitu Hindia dan Pasifik. Pada Desember tahun 2014 negara Australia memiliki penduduk berkisar 23 juta. Bisa dikatakan Australia merupakan negara yang memiliki empat musim yaitu panas, dingin, semi, dan gugur.

Dilihat dari segi georafis negara Australia sangatlah berdekatan dengan benua Asia, terutama dengan Asia Tenggara. Tapi bisa dikatakan bahwa Australia dan benua Asia tidak mempunyai sebuah keterikatan emosial yang sangat kuat. Ini berdasar atas nilai historis kedua negara yang sangatlah berbeda, dimana Australia memperoleh kemerdekaan tidak melewati suatu perjuangan kemerdekaan seperti negara-negara Asia yang hampir sebagian besar mendapatkan kemerdekaan melewati perjuangan yang panjang melawan kolonialisme.

Australia merupakan negara yang sangatlah besar, wajar bila terkadang orang menyebut negara Australia dengan Benua Australia. Dalam hubungan dengan antar negara Australia lebih mempunyai hubungan yang sangat dekat terhadap negara Selandia Baru, Papua Nugini, dan sebagainya. Australia seharusnya bisa membuat suatu hubungan yang baik dengan Benua Asia mengingat jarak yang sangatlah dekat dengan negara-negara Asia.

Sepakbola Australia banyak memiliki masalah yang sangat kompleks. Ini menjadi penyebab sendiri bagaimana sepakbola Australia kurang begitu berprestasi dan berkembang. Itu juga menyebabkan bagaimana sepakbola Australia kurang begitu menjadi olahraga yang populer di masyarakat Australia sendiri.

Banyak permasalahan yang terjadi dipersepakbolaan Australia. Kurang kompetennya kompetisi domestik sehingga tidak memiliki nilai jual yang kuat. Dilihat dari kekuatan tim nasional Australia sendiri seperti ada regenerasi yang hilang dari pemain muda untuk menjadi pemain senior. Ini disebabkan oleh manajemen keuangan dan manajemen federasi yang kurang bagus dalam pengelolaan sepakbola Australia sendiri, yang sudah pasti akan berpengaruh terhadap sepakbola Australia sendiri.

Hubungan antar suatu negara, tentu selalu mengalami masa pasang-surut. Terutama bagi Australia sendiri terhadap beberapa negara Asia seperti Indonesia. Melihat sepakbola yang bersifat universal, dapat dijadikan sebagai alat untuk mempererat kembali hubungan suatu negara. Bisa kita lihat salah satu pengusaha Indonesia yang bernama Bakrie mempunyai saham mayoritas terhadap salah satu klub sepakbola di Australia yang bernama *Brisbane Roar* sejak tahun 2011.

Australia dapat menggunakan sepakbola sebagai salah satu sarana mereka dalam mendekati diri dengan negara-negara Asia. Bisa kita lihat bagaimana pasar sepakbola di Indonesia yang mempunyai penduduk lebih dari 200 juta sebagian besar mengenal dan menyukai sepakbola. Kesempatan ini dapat digunakan Australia sebagai sarana untuk mereka melakukan promosi dan melakukan kerjasama di Indonesia.

Melihat kepentingan atau tujuan yang dicari Australia melalui sepakbola terdapat 3 (tiga) yaitu:

- Hak Sponsor dan Media
- Pariwisata
- Jaringan Bisnis

Bisa kita lihat dengan jelas bagaimana keseriusan negara Australia dalam mengembangkan olahraga dan menggunakannya untuk sarana diplomasi mereka kepada negara-negara lain. Dimana Diplomasi olahraga semakin penting dalam hal diplomasi yang dimana dapat berkembang dalam hal olahraga serta diplomatik, selain itu olahraga merupakan bahasa universal yang dapat menampilkan nilai-nilai, identitas dan budaya Australia. Nilai dalam olahraga dapat berpengaruh dan diterapkan dalam hubungan negara seperti kepercayaan antar negara satu dengan lainnya dan bersatunya seluruh masyarakat tanpa hambatan

Menteri luar negeri Australia pun mengatakan bahwa dengan menggunakan seluruh bagian yang ada dalam Australia dapat semakin mempertegas bahwa kehadiran negara Australia itu nyata dan mampu berkontribusi di dunia. Seperti kami menjalin kerjasama dengan stasiun televisi ABC dan memberikan hak siar penuh Liga Sepakbola Australia. Dapat membuat semua mata dunia dapat menyaksikan tayangan sepakbola Australia dari segala penjuru dunia, itu sama saja dengan memperkenalkan negara Australia kepada negara lain dengan mudah. Ini akan menyebabkan hubungan *people to people* yang akan menciptakan promosi mengenai keadaan negara Australia.

Menurut Assamah Hellal, olahraga tidak hanya sekedar suatu permainan, didalamnya tersirat nilai-nilai yang tidak pernah diduga, dan salah satu nilai tersebut adalah diplomasi, dimana melalui olahraga seseorang dapat menjalin komunikasi dengan orang lain. Sepakbola yang tidak memiliki pembatas atau sekat antar negara dapat menjadi suatu alat bagi Australia dalam mendekatkan diri mereka terhadap Benua Asia. Yang dimana dalam Benua Asia banyak negara-negara besar dan maju seperti Jepang, Korea Selatan, China.

Politik Luar Negeri Australia

Australia adalah negara yang sangat terlibat dengan seluruh dunia. Selama lebih dari dua abad, Australia telah membangun ikatan yang kuat dengan banyak negara. ini telah ditempa melalui sejarah, melalui kepentingan strategis bersama, melalui perdagangan dan melalui antar masyarakat dunia.

Bisa dikatakan bahwa 28 persen dari populasi Australia lahir di luar negeri dan lebih dari 40 persen merupakan budaya campuran. Satu dari 10 orang Australia menggunakan bahasa Asia di rumah dan hampir 1,3 juta berbicara bahasa Eropa lain selain bahasa Inggris.

Australia sangat aktif di banyak institusi global dan regional. Australia adalah anggota pendiri PBB dan merupakan salah satu kontributor utama untuk anggaran rutin dan penjaga perdamaian PBB. Pada 2013 Australia memulai periode dua tahun sebagai anggota tidak tetap Dewan Keamanan PBB.

Dalam keterlibatan ekonomi internasional, Australia bertujuan untuk membangun kemakmuran yang lebih besar untuk Australia dan dunia. Untuk mencapai hal ini, Australia mendukung upaya liberalisasi perdagangan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mendorong investasi dan membantu bisnis melalui diplomasi ekonomi.

Australia sangat berkomitmen untuk membangun tatanan internasional berbasis aturan yang kemajuan dan melindungi kepentingan semua bangsa dan masyarakat. Australia memainkan peran aktif dalam beragam kelompok global dan regional, yaitu:

- *United Nations* (UN)
- *Group of twenty major economies* (G20)
- *World Trade Organization* (WTO)
- *East Asia Summit* (EAS)
- *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN)

- *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)*
- *Commonwealth*
- *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*
- *Indian Ocean Rim Association (IORA)*
- *Pacific Islands Forum (PIF)*
- *Forum for East Asia-Latin America Cooperation (FEALAC)*
- *International climate change negotiations*
- *Asia-Europe Meeting (ASEM)*

Kebijakan luar negeri dan perdagangan Australia berfokus pada penguatan keterlibatan sudah signifikan dengan negara-negara di kawasan Indo-Pasifik yang dinamis. Sebagai anggota pendiri APEC dan peserta aktif dalam KTT Asia Timur, Australia membantu membangun institusi regional yang mendorong stabilitas, keamanan dan kemakmuran di seluruh wilayah.

Australia memiliki hubungan bilateral dengan Indonesia, serta ikatan yang kuat dengan negara-negara anggota ASEAN lainnya. Australia juga memiliki hubungan yang signifikan dengan India dan dengan negara-negara utama Timur Laut Asia-China, Jepang dan Republik Korea yang juga pasar utama.

Di luar wilayahnya, Australia memiliki kekuatan ekonomi, keamanan, politik, sosial dan ikatan budaya dengan Amerika Serikat dan Kanada, dan terus membangun politik, budaya, perdagangan, investasi, dan *people-to-people links* yang kuat dan panjang berdiri dengan Inggris dan Eropa. Australia berkomitmen untuk berbasis luas, kemitraan kreatif dengan Uni Eropa, mengatasi tantangan kontemporer manajemen ekonomi dan perdagangan internasional, pembangunan, keamanan, dan pemerintahan internasional.

Australia memiliki signifikan *people-to-people link* dan pertumbuhan perdagangan dan kepentingan investasi di strategis penting di Timur Tengah. Di Afrika, Australia telah lama berdiri hubungan bilateral, terutama dengan sesama negara persemakmuran, dan pertumbuhan perdagangan dan investasi kepentingan, terutama di sektor sumber daya.

Koneksi Australia dengan negara Amerika Latin yang berkembang di berbagai forum internasional, termasuk dalam WTO. Australia juga memiliki hubungan yang hangat dengan negara-negara Karibia yang dibangun di atas fondasi sejarah dan budaya yang kuat.

Kerangka strategis 2015-2019 merupakan tujuan atau yang akan dilakukan departemen untuk mencapai hasil yang diharapkan dari Pemerintah dan masyarakat Australia, dan menjadi prioritas utama kami selama empat tahun ke depan. Hal ini juga mengidentifikasi aset utama departemen untuk menanggung dalam melaksanakan pekerjaan dan bagaimana departemen luar negeri akan melakukannya dan menamkan nilai-nilai yang ada dalam departemen luar negeri.

Kerangka Strategis mencakup luasnya kerja dari departemen luar negeri Australia. Ini akan memandu mereka pengambilan keputusan dan perencanaan bisnis bantuan untuk semua

divisi dan cabang di Canberra serta pos-pos diplomatik Australia di luar negeri, Negara Bagian dan Wilayah Kantor. Kerangka tersebut adalah dokumen hidup yang akan ditinjau secara berkala untuk memastikan departemen luar negeri menanggapi perubahan prioritas.

Dalam menata tujuan dan prioritas Departemen Luar Negeri Australia, Kerangka Strategis menetapkan jalan ke depan untuk departemen. Ini akan membantu membangun rasa lebih kuat dari tujuan umum dan arah dan pemahaman bersama tentang apa yang ingin dicapai sebagai organisasi dalam hubungannya dengan mitra dan pemangku kepentingan Australia.

Kerangka Strategis ini mejadi tanggung jawab bersama untuk mendukung pelaksanaannya. Dengan bekerja sama, mereka yakin akan mampu mempertahankan dan membangun reputasi sebagai organisasi berkinerja tinggi yang memberikan kontribusi untuk keamanan dan kemakmuran Australia.

Tujuan yang terkandung dalam kerang strategis adalah, untuk membantu membuat Australia lebih kuat, lebih aman dan lebih makmur dengan mempromosikan dan melindungi kepentingan Australia secara internasional dan memberikan kontribusi untuk stabilitas global dan pertumbuhan ekonomi.

Yang akan dilaukan oleh dalam kemitraan dengan pemerintah dan non-pemerintah organisasi, bisnis dan kelompok masyarakat di Australia dan luar negeri, departemen luar negeri memimpin upaya Pemerintah untuk:

- Memajukan kepentingan keamanan Australia di tingkat internasional
- Membuka pasar dan membuat kondisi untuk meningkatkan perdagangan dan investasi untuk meningkatkan perekonomian serta menciptakan lapangan pekerjaan
- Meningkatkan angka standar hidup serta mengurangi kemiskinan di wilayah Indo-Pasifik dan sekitarnya
- Membentuk lingkungan regional dan internasional dan memperkuat kerjasama global dengan cara yang memajukan kepentingan Australia
- Membuat pandangan dunia positif terhadap negara Australia untuk meningkatkan bisnis investasi, pariwisata dan destinasi untuk pendidikan
- Memberikan pelayanan kualitas tinggi kepada warga Australia yang berada di luar negara Australia.

Prioritas departemen luar negeri Australia dalam kerangka strategi:

- Mempromosikan lingkungan regional dan global yang stabil dan sejahtera dengan mengembangkan dan memperdalam keterlibatan departemen luar negeri dengan mitra bilateral dan regional dan lembaga-lembaga multilateral, dengan fokus khusus pada wilayah Indo-Pasifik.
- Meningkatkan akses pasar untuk barang dan jasa Australia, menarik investasi asing ke Australia dan mendukung bisnis Australia.

- Menyampaikan program bantuan yang inovatif, berpusat pada wilayah Indo-Pasifik, yang memberikan kontribusi untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, pengurangan kemiskinan dan stabilitas regional.
- Menyediakan layanan paspor aman, efisien dan responsif, dan layanan konsuler yang cepat, efektif dan sopan kepada warga negara Australia yang bepergian atau tinggal di luar negeri.
- Membangun jaringan pribadi dan *link* kelembagaan untuk meningkatkan pengaruh, reputasi dan hubungan Australia internasional dan mempromosikan ekonomi, budaya, pendidikan, ilmiah dan lainnya terutama aset nasional.
- Memimpin Pemerintah dalam memberikan tanggapan terhadap krisis internasional termasuk keadaan darurat kemanusiaan di wilayah Indo-Pasifik.
- Penguatan kerangka kerja dan norma-norma yang mempromosikan hak asasi manusia, kesetaraan gender, prinsip-prinsip demokrasi dan aturan hukum, keamanan internasional, dan pasar global yang terbuka dan transparan internasional.
- Memperluas pengetahuan dan pemahaman dalam masyarakat Australia dan global mengenai kebijakan internasional Pemerintah dan program serta peran departemen luar negeri Australia.
- Menjaga komunikasi pemerintah aman, aset properti global Australia di urutan yang baik, dan memastikan keamanan dan kesehatan staf kami.
- Meningkatkan kemampuan organisasi untuk meningkatkan bagaimana departemen luar negeri Australia bekerja dan berkontribusi kepada pemerintah pembuatan kebijakan dan pengiriman seluruh hasil pemerintah.

Dalam mencapai semua itu tentu harus memiliki aset yang dapat digunakan untuk mendukung berhasilnya kerangka strategi Australia, dan mereka mengatakan bahwa memiliki lima aset yang dapat digunakan yaitu:

- *Our people*: Tenaga kerja yang beragam dari kami staf Australia dan terlibat secara lokal, sangat terampil dan termotivasi adalah dasar dari layanan kelas dunia.
- *Our networks*: Postingan kita di luar negeri dan kantor di Australia, serta kemitraan yang luas kami, membantu untuk membangun kontak penting, menafsirkan peristiwa, menganjurkan posisi Australia dan membantu Australia.
- *Our system*: Sistem dan proses yang efisien, dapat diakses dan disesuaikan mendukung pemberian pelayanan kepada masyarakat dan pemerintah, dan memungkinkan staf untuk melakukan yang terbaik.
- *Our reputation*: Posisi Australia di dunia internasional membuat kita menjadi mitra berharga, memungkinkan kita untuk mempengaruhi perilaku dan hasil bentuk yang memajukan kepentingan Australia

- *Our heritage*: Kaya akan warisan adat dan migran Australia membuka peluang untuk membantu Australia menghubungkan mereka ke dunia.

Kami berusaha untuk memberikan contoh nilai-nilai dalam perilaku dan memberikan pelayanan publik Australia: *Impartial, Committed to service, Accountable, Respectful, Ethical*. Kami ingin menjadi sebuah organisasi yang:

- Memiliki prestasi, profesionalisme dan inovasi;
- Menunjukkan kepemimpinan dan akuntabilitas di semua tingkat;
- Nilai-nilai kehidupan yang dimana memperlakukan semua orang dengan sama dan mempromosikan masyarakat asli Australia; dan
- Berkerja sama secara efektif untuk mencapai visi yang diinginkan.

Kepentingan Australia Mendekatkan Diri Dengan Kawasan Asia

Hubungan olahraga Australia dengan Asia jelas akan menciptakan peluang bisnis untuk Australia. Melihat manfaat ekonomi dari acara olahraga dan kompetisi tentu sangat sulit dan sering cenderung berlebihan. Meskipun demikian, hal ini memungkikan tiga dimensi baru yang akan semakin berkembangnya sepak bola Australia dengan hubungan ekonomi di Asia

Hak Sponsor dan Media

Sponsor tim sepak bola Australia, baik nasional dan tingkat klub, pada saat ini akan memiliki audiens yang lebih besar, dengan zona Asia yang meliputi dua pertiga dari penduduk dunia. Australia juga akan mendapatkan hak siar televisi untuk permainan di Piala Asia, kualifikasi, dan putaran awal dari kualifikasi Piala Dunia. Pada penyelenggaraan Piala Asia 2004 akhir antara Cina dan Jepang mampu memberikan media pemasaran dan potensi olahraga di Asia. Di Cina sendiri, pertandingan final mampu menarik penonton televisi diperkirakan sekitar 300 juta, itu merupakan rating tertinggi acara olahraga di televisi Cina. Mengalahkan catatan pada tahun 2002 pertandingan Piala Dunia antara Cina dan Brasil.

Potensi itu lebih lanjut digarisbawahi oleh hadirnya TV kabel atau satelit di Asia, dimana siaran sepakbola menjadi kunci. 2002 jumlah pelanggan TV kabel di Cina telah mencapai 75 per 1.000 orang (tidak termasuk Hong Kong dimana tahun 2003 yang mencapai 125 per 1.000 dalam 2003). Angka di Cina menjadi luar biasa mengingat kesenjangan populasi dan pendapatan negara. Dan sementara langganan TV kabel jauh lebih tinggi di Eropa dan Amerika Serikat, membandingkan angka Cina dengan Australia yang memiliki 76 pelanggan per 1.000 pada tahun 2002. Penetrasi TV berbayar di Jepang dan Korea secara signifikan lebih tinggi daripada Cina, dengan 193 per 1.000 dan 282 per 1.000 masing-masing negara.

Faktor lain dalam potensi sponsor dan pemasaran sepak bola di Asia adalah keberadaan pemain besar dalam Liga Nasional di wilayah. Jumlah pemain Asia yang berlaga di A-League masih sangat lah kecil, sementara pemain Australia yang bermain di Liga Asia, terutama di Malaysia dan Singapura terbilang masih sangat lah kecil (meskipun di Australia pada masa lalu juga telah ada beberapa pemain di Korea Selatan, Cina dan Jepang). Upaya untuk mendorong tambahan pemain Asia ke A-League akan membangkitkan minat regional yang lebih besar dalam

kompetisi di sini, dapat menggambarkan minat sponsor dan menyediakan sponsor dengan audiens yang lebih besar. Efek yang sama mungkin akan menghasilkan angka-angka yang lebih besar dari pemain Australia yang bermain di Liga Asia.

Pariwisata

Olahraga semakin memiliki pengaruh signifikan dalam dunia pariwisata, tercermin paling jelas dalam Piala Dunia Rugby di Australia banyak penggemar dari Afrika Selatan, Selandia Baru dan Inggris yang melakukan perjalanan ke Australia untuk menonton rugby dan menikmati wisata Australia. Rugby Union Australia memperkirakan bahwa 2003 Piala Dunia Rugby menghasilkan 40.000 pengunjung internasional ke Australia, banyak di antaranya merupakan turis dari luar negeri. Sebagai anggota AFC, Australia sekarang akan mempunyai kesempatan untuk menjadi tuan rumah Piala Asia, selain itu pertandingan seperti kualifikasi Piala Dunia dan Liga Champions Asia mampu menarik minat wisatawan dari negara-negara Asia.

Banyak yang menunjukkan bahwa beberapa penggemar Asia melakukan perjalanan internasional untuk menonton tim mereka bermain di kompetisi AFC masih sangat lah kecil. Ada sejumlah faktor yang menghambat seperti penghasilan yang tidak dapat untuk menghasilkan perjalanan dan wisata di Asia (dan Australia) serta jarak antar satu negara dengan negara lainnya. Persyaratan visa ketat di beberapa negara serta rute jadwal penerbangan juga menjadi penghambat. Persyaratan visa yang ketat di Australia sudah telah menjadi masalah di masa lalu dalam upaya untuk membawa tim Timur Tengah ke Australia.

Namun, fakta mengenai olahraga dan pariwisata di Asia mampu membuka kesempatan bagi perusahaan-perusahaan Australia, yang beberapa di antaranya memiliki pengalaman dan keahlian dalam jenis perjalanan. Tingkat kemakmuran di Asia yang semakin meningkat diikuti juga dengan kemampuan dan kemauan untuk melakukan perjalanan ke luar negeri. Antara tahun 1998 dan 2003 jumlah penduduk Cina bepergian ke luar negeri untuk wisata meningkat dengan rata-rata 31% setiap tahunnya. Pada tahun 2003 sekitar 20 juta Cina melakukan perjalanan ke luar negeri pada hari libur. Beberapa hambatan yang disebutkan di atas dapat diatasi dengan dipermudahnya urusan peraturan visa, hadirnya maskapai berbiaya rendah di Asia, dan secara bertahap peningkatan kecepatan dan efisiensi waktu perjalanan.

Jaringan Bisnis

Menurut Kementerian Perdagangan Australia, Austrade menerima sekitar 50% eksportir Australia baru sebagai hasil dari kesempatan pertemuan klien internasional atau distributor. Acara olahraga memberikan peluang bagus untuk pembentukan hubungan tersebut. Contohnya, Austrade memperkirakan bahwa '*Business Club Australia*' jaringan program di Olimpiade Sydney 2000 dan Piala Dunia Rugby 2003 menghasilkan US\$ 1.2 miliar dan US\$370 juta dalam transaksi bisnis.

Konsep Business Club Australia dapat berlaku untuk sejumlah kompetisi AFC, mampu menghubungkan antar individu, gengsi permainan, seperti kualifikasi Piala Dunia, atau turnamen seperti Piala Asia. Mengingat sistem *home away* dalam permainan ini juga akan memberikan kesempatan untuk mengambil keuntungan di Asia. Nilai dalam sepak bola dapat digaribawahi dalam banyak kasus, terutama di Timur Tengah, kepala Federasi Sepak bola adalah anggota keluarga penguasa atau bagian dari elit pemerintah atau pun bisnis. Walaupun sulit tidak ada

suatu yang mustahil, untuk mendapatkan akses ke dalam seperti pebisnis atau bahkan perwakilan diplomatic Australia.

Jaringan lebih lanjut atau peluang dapat timbul dengan konteks 'tri-negara' kompetisi antara Australia dengan tim nasional lain Asia. Dengan menciptakan rangkaian tahunan atau dua tahunan antara Australia, Jepang dan Korea Selatan akan bermanfaat dari perspektif olahraga, mengingat bahwa kedua negara kedua adalah antara kekuatan sepak bola terkuat di AFC. Tapi itu juga dapat memberikan peluang untuk jaringan dengan dua pasar paling penting bagi Australia di luar Cina dalam wilayah bisnis. Serangkaian kegiatan olahraga serupa dengan Arab Saudi dan UAE akan menambah dimensi baru Australia yang berkembang pesat dalam hubungan dengan negara-negara. Australia berada dalam proses negosiasi FTA dengan UEA dan sudah memiliki hubungan olahraga dengan negara tersebut melalui Melbourne Cup.

Bergabung Dengan Zona Asia

Selama bertahun-tahun, Australia adalah bagian dari Konfederasi sepak bola Oseania. Pada 1 Januari 2006, setelah melewati kampanye dan negosiasi, FFA menjadi anggota AFC. Keanggotaan yang telah diperoleh memberikan peluang untuk kualitas yang lebih tinggi dan lebih konsisten dalam persiapan tim nasional dalam berkembangnya sepak bola dan ekonomi. Ruang bergerak yang didapat oleh FFA akan menjadi lebih besar untuk meningkatkan kredensialnya dan pengaruh dalam dunia sepak bola. Namun semua itu akan meningkatkan tuntutan biaya pada FFA sebagai hasil dari kegiatan untuk bersaing dengan sepakbola Asia.

Bergabungnya Australia di AFC ditunjukkan dengan 10 Perwakilan Australia pada Komite AFC. Ini termasuk ketua FFA Frank Lowry sebagai ketua Asosiasi, anggota dewan Dodd Moya sebagai Wakil Presiden AFC dan ketua komite perempuan, CEO Ben Buckley sebagai anggota Komite kompetisi, anggota staf FFA John Boulton sebagai ketua Komite Kompetisi Junior, anggota staf FFA Kelly Cross sebagai deputi komite teknis, anggota staf FFA Lyall Gorman di Komite Liga profesional, Anggota staf FFA Kyle Patterson di Komite pemasaran, anggota staf FFA Jo Setright pada Komite disiplin dan ketua Melbourne Heart FC Peter Sidwell sebagai anggota Komite klub profesional.

Pindah ke AFC membantu untuk mengintegrasikan sepak bola di Australia dengan wilayah ekonomi yang tercepat di dunia yaitu kawasan Asia Tenggara. Hal ini telah menyebabkan peningkatan untuk Australia mengikuti acara-acara besar yang diselenggarakan di negara Asia yang lain, atau Australia sebagai tuan rumah, seperti konferensi AFC 2007 dan penghargaan pemain Asia, Kongres FIFA 2008 dan, yang terpenting Piala Asia 2015.

Ada kerugian dalam keanggotaan AFC, hak-hak yang komersial seperti penyiaran, merchandise yang terkait dengan permainan AFC dan turnamen yang diselenggarakan tidak didistribusikan terhadap tim yang berpartisipasi. Namun, dengan menjadi bagian dari AFC, akan lebih sering atau semakin banyak permainan yang dimainkan di Australia setiap tahun, dan menghasilkan peningkatan pendapatan bisnis di Asia untuk FFA.

Dalam Kualifikasi Piala Dunia untuk tim junior Australia mengalami penurunan *rating* saat masuk ke AFC, namun kecenderungan ini meningkatkan Australia dalam menyesuaikan persyaratan dan gaya bermain melawan tim Asia. Keberhasilan terakhir di Australia di bidang

internasional termasuk tim wanita Australia memenangkan Piala Asia tahun 2010 dan mencapai Perempat Final Piala Dunia 2011; dan menjadi *runner-up* di Piala Asia pada tahun 2011.

Sejak 2003 Timnas Australia mengalami kenaikan signifikan dalam melakukan pertandingan internasional baik yang dilakukan di Australia maupun di luar negeri. Timnas Australia melakukan 39 pertandingan pada tahun 1999 sampai 2003 dan hanya 9 pertandingan yang diselenggarakan di Australia. Sedangkan sejak mulai bergabung dengan Asia tahun 2006 hingga 2010 Timnas Australia telah memainkan 61 pertandingan yang diantaranya 20 pertandingan di selenggarakan di Australia.

Pertandingan yang diselenggarakan di Australia sangat lah penting yang dimana disitu kan menciptakan pendapatan yang besar melalui tiket masuk yang terjual, sponsor, dan bahkan *rating* televisi yang tinggi. Selain itu menjadi tuan rumah akan membangun karakter dan nilai jual dari pemain-pemain Australia sendiri maupun dari Timnas Australia yang dimana akan meningkatkan nilai komersial dari sepakbola.

Masyarakat Australia sendiri dapat melihat sepakbola dinegara mereka dengan banyaknya pemain mereka yang berkompetisi atau menjadi pemain di liga negara lain. Pemain yang bisa dikatakan sebagai representatif Australia di negara lain dapat menjadi penarik dari segi komersil.

Dengan bergabung di Asia, Australia mendapatkan lawan yang lebih kompetitif dibandingkan di Zona Oseania. Dan itu terlihat dari catatan rekor menang dan kalah yang di miliki Australia. Pada tahun 1999 sampai 2003 Australia memiliki presentase kemenangan 59% dibandingkan 2006 hingga 2010 yang hanya 49%. Walaupun dengan catatan rekor yang lebih buruk, kita harus melihat dengan luas bahwa Zona Asia terbukti lebih kompetitif dengan lawan yang dikatakan hampir sama kuat. Jadi catatan rekor yang dibukukan oleh Australia di Asia bisa dikatakan tidak lah teralu buruk.

Dari keseluruhan peningkatan yang dialami sepakbola Australia melalui timnas putra dan putri di sepakbola selama 8 hingga 10 tahun mengalami kenaikan peringkat dalam FIFA *world rankings*. Peringkat timnas putra dari tahun 2000 hingga 2011 mengalami kenaikan yang sangat disignifikan dari 80 yang sekarang berada pada peringkat 20. Dan untuk sepakbola wanita berhasil menduduki posisi 9 yang merupakan peringkat tertinggi diraih sejak 2003.

Menjadi Tuan Rumah Piala Asia 2015

Australia menjadi berhasil menjadi tuan rumah Piala Asia 2015 setelah melewati proses negosiasi yang akhirnya pada tanggal 5 Januari 2011, Presiden AFC Muhammad Hammam menyetujui permintaan Australia untuk menjadi tuan rumah piala Asia 2015. Melihat bahwa hanya Australia lah negara yang paling serius untuk menjadi tuan rumah Piala Asia 2015 yang diselenggarakan pada tanggal 9 Januari 2015 hingga 31 Januari 2015.

Piala Asia dianggap sebagai acara olahraga utama di Asia. Ini adalah kejuaraan antara 16 tim terbaik di Asia, yang meliputi sejumlah negara-negara yang berperingkat tinggi dan terdiri dari pemain kelas dunia. Kawasan Asia terus berkembang kualitasnya dalam turnamen sepak bola. AFC memiliki ambisi untuk menyelenggarakan kejuaraan ini dengan mengambil tempat seperti di Australia. Meskipun sebagai anggota baru dalam zona Asia dan telah menempatkan

dirinya sebagai kekuatan sepakbola yang dipandang, meskipun masih belum memenangkan kejuaraan ini.

2015 adalah waktu yang sangat tepat untuk Australia menjadi tuan rumah. Australia memiliki rekam jejak dalam menyelenggarakan acara besar seperti Olimpiade Sydney 2000, tentu akan membuat masyarakat Asia mempunyai ekspektasi besar dalam penyelenggaraan Piala Asia 2015. Hal ini juga memungkinkan FFA, sebagai anggota baru dalam Konfederasi, untuk mendapatkan tempatnya di sepak bola Asia dan akan memberikan dorongan yang sangat diperlukan untuk sepakbola Australia.

Jelas akan ada sebuah keuntungan dengan tuan rumah acara ini di Australia, kita harus melihat apa keuntungan yang akan diperoleh untuk perekonomian Australia dan masyarakat Australia. Selain perhatian dunia internasional melalui pemirsas televisi yang bisa mencapai satu miliar, salah satu tokoh dari *PricewaterhouseCoopers* menunjukkan beberapa manfaat:

- Menciptakan 500-1000 lapangan pekerjaan baru
- Disaksikan oleh sekitar 50.000 penonton
- Dampak GDP penyelenggaraan Piala Asia diperkirakan \$23 juta

Manfaat langsung berkaitan dengan turnamen sepak bola itu sendiri adalah jumlah orang yang terlibat dalam mengorganisir. Jumlah orang yang mengunjungi Australia dan menghadiri pertandingan, dan jumlah orang yang melihat untuk menonton. Mungkin manfaat ini mungkin tampak sederhana. Namun, ada banyak lagi yang bisa dimanfaatkan dan tantangannya adalah bagaimana membuat acara tersebut melibatkan pariwisata, perdagangan, dan hubungan luar negeri.

Terdapat juga kesempatan untuk menggunakan acara ini untuk berkontribusi terhadap agenda sosial, khususnya terhadap kaum masyarakat bawah. Misalnya, mungkin ada peluang untuk menghubungkan dengan inisiatif mendukung sepakbola jalanan.

Penyelenggaraan Piala Asia 2015

Panitia penyelenggara benar-benar bekerja sama dengan seluruh elemen dalam Piala Asia 2015. Mereka mempunyai sebuah visi ingin memberikan sebuah event kelas dunia dalam penyelenggaraan Piala Asia 2015 yang akan kaya budaya sepakbola dalam memberikan sebuah kesan di Australia.

Warisan sepakbola yang ingin dicapai:

- Pertumbuhan partisipasi sepakbola
- Berkembangnya liga domestik
- Meningkatnya penggemar sepakbola
- Membangun infrastruktur sepakbola
- Membangun keseimbangan finansial sepakbola

Panitia juga bekerja sama dengan pemerintah dalam Piala Asia 2015 untuk meninggalkan kesan positif dengan fokus:

- Meningkatkan hubungan diplomatik dengan negara Asia
- Membangun jaringan bisnis
- Meningkatkan pariwisata melalui sepakbola
- Memperdalam hubungan dengan komunitas Asia
- Meningkatkan kegiatan sosial melalui CSR

Dalam pelaksanaan Piala Asia 2015 Australia benar-benar menggunakan untuk mempromosikan negara mereka di kawasan Asia. Australia menunjuk lima kota sebagai penyelenggara yaitu, Sydney, Melbourne, Brisbane, Canberra, Newcastle. Terdapat 16 negara yang berpartisipasi termasuk Australia negara tersebut adalah, Australia, Jepang, Korea Selatan, Korea Utara, Bahrain, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Oman, Uzbekistan, Qatar, Iran, Kuwait, Yordania, Irak, Cina, dan Palestina.

Pemerintah Australia benar-benar turun tangan dalam menarik wisatawan untuk hadir dan berkunjung ke Australia. Lewat website Piala Asia 2015, pemerintah Australia mencoba untuk mendeskripsikan bagaimana keadaan negara Australia. Pemerintah juga mencoba untuk memberikan informasi se jelas mungkin tentang info-info penting mengenai negara mereka. Ini tentu akan sangat membantu bagi para wisatawan yang berkunjung tanpa harus kesulitan dalam mencari informasi-informasi mengenai keadaan negara Australia.

Dalam mengontrol pendatang terutama wartawan, panitia penyelenggaraan membuat sebuah kontrol yang sangat ketat. Semua media wartawan yang ingin meliput secara langsung di Australia harus melakukan registrasi terlebih dahulu. Ini semua berkaitan dengan sistem keamanan yang diterapkan oleh Australia dalam menjaga kondusifitas Piala Asia 2015. Dengan jumlah wartawan yang terdata, akan memudahkan dalam panitia sendiri memberikan fasilitas peliputan.

Untuk menjalin hubungan lebih dekat dan erat panitia dari Piala Asia 2015, mencoba untuk menciptakan sebuah komunitas duta besar yang meliputi peserta Piala Asia 2015 dari kalangan bisnis atau pun olahragawan. Ini merupakan kali pertama Piala Asia membuat sebuah komunitas duta besar dalam memeriahkan suatu event. Ini bertujuan untuk menarik, dan bekerja sama untuk menyukseskan Piala Asia 2015. Melihat juga bahwa Piala Asia 2015 akan mempertemukan banyak negara Asia dengan budaya yang berbeda-beda. Selain itu panitia mencoba untuk menyelenggarakan event budaya dalam Piala Asia 2015 melalui komunitas duta besar tersebut.

Pandangan Positif Masyarakat Asia

Negara-negara Asia Tenggara dalam melihat bergabungnya Australia sebagai bagian dari Asia. Sebagai berkembangnya kekuatan sepakbola Asia, terutama di kawasan Asia Tenggara. Keputusan Australia menjadi bagian Asia Tenggara telah disepakati oleh seluruh anggota di Kongres Luar Biasa yang diselenggarakan Timor Leste pada tahun 2014. Seluruh anggota

mengatakan bahwa dengan Australia bergabung dengan Asia sudah pasti secara geografis akan masuk dalam bagian Asia tenggara karena tidak mungkin di Asia Selatan, Timur, Barat seperti dikatakan diatas. Selain itu para anggota mengatakan bahwa Australia juga memiliki tanggung jawab dalam memajukan sepakbola kawasan Asia Tenggara. Selain itu mereka melihat bahwa akan adanya persaingan yang lebih kompetitif antar negara-negara di Asia Tenggara. Itu pun senada dengan negara Asia Barat yang menganggap bergabungnya Australia membuat persaingan lebih kompetitif dan berkembang.

Keberlangsungan Piala Asia 2015 juga merupakan pertama kalinya Palestina mengikuti kejuaraan tersebut. Mereka menggunakan kesempatan ini untuk menunjukkan eksistensi mereka di Australia. Karena mereka sampai sekarang belum begitu diakui sepenuhnya terutama bagi negara Australia. Jadi Piala Asia ini juga menjadi alat bagi Palestina untuk menunjukkan eksistensinya di kawasan Asia.

Melihat tanggapan yang timbul dari negara-negara Asia Timur dengan bergabungnya Australia di kawasan Asia. Hampir semuanya tidak memperlmasalahkan dengan hadirnya negara Australia. Melihat dari kualitas negara-negara Asia timur yang termasuk dalam negara maju termasuk dalam hal sepakbola.

Keuntungan Nilai Ekonomi

Dalam penyelenggaraan Piala Asia 2015 walaupun tidak ada negara Asia Tenggara yang masuk kecuali tuan rumah Australia. Tetap menarik bagi negara Asia Tenggara lainnya untuk menyaksikan Piala Asia melewati televisi mereka masing-masing atau bahkan melakukan perjalanan untuk menonton langsung distadion. Ini bisa dilihat dengan RCTI, Media Prima, Bangkok Broadcasting TV, ABS-CBN yang merupakan stasiun televisi negara-negara Asia tenggara dari Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina berani mengambil hak siar, karena mereka sadar bahwa sepakbola dapat menyatukan semuanya walaupun negara mereka tidak ambil bagian dalam kejuaraan tersebut.

Dalam masalah ekonomi Australia memiliki hubungan yang sangat kuat dengan tiga negara maju di Asia yaitu China, Korea Selatan, dan Jepang. Bisa dilihat dengan China, yang merupakan salah satu importir negara Australia. China merupakan importir seperti perlengkapan alat komunikasi, computer, pakaian, perlengkapan rumah, kasur, bantal, kereta dorong bayi, peralatan olahraga dan mainan. Selain itu Australia sendiri juga sering mengekspor barang-barang milik mereka ke negara China. Barang yang biasa dikirim oleh Australia berupa biji besi dan konsentratnya, batu bara, layanan perjalanan yang berhubungan dengan pendidikan, minyak mentah.

Cina adalah mitra dagang terbesar dua arah Australia dalam barang dan jasa pada 2013-2014 yang menghasilkan berkisar \$160 miliar. China juga merupakan negara ekspor terbesar Australia dalam barang dan jasa yang pada tahun 2013-2014 menghasilkan \$108 miliar. China merupakan negara partner dalam hal investasi yang berkembang dibuktikan dengan pada tahun 2013 investasi China di Australia meningkat hingga 41%. Lebih dari 80 kota Australia dan China telah menjalin hubungan kerjasama yang sering disebut sebagai *sister city*. Australia juga memiliki perjanjian perdangan dengan China pada tahun 2014.

Hubungan Australia dengan negara maju Jepang juga sangat lah erat dari segi ekspor dan import. Terlihat Jepang merupakan importir Australia seperti kendaraan, minyak olahan, barang kendaraan, karet ban, Tapak dan tabung. Barang yang biasa diekspor oleh Australia menuju Jepang adalah batu bara, bijih besi serta konsentratnya, daging sapi, dan bijih tembaga beserta konsentratnya.

Jepang merupakan negara nomer dua terbesar dalam perdagangan dua arah dengan Australia yang mencapai \$70 miliar pada tahun 2013. Ekspor ke Jepang telah meningkat dua kali lipat selama dekade terakhir naik dari \$22,8 miliar pada tahun 2003 menjadi \$49,5 miliar pada tahun 2013. Pada tahun 2014 Australia juga menandatangani perjanjian mengenai perdagangan dengan Jepang.

Selain negara China dan Jepang terdapat negara Korea Selatan yang sangat memiliki nilai ekonomi yang menguntungkan. Korea Selatan yang biasa mengimpor barang mereka ke Australia berupa minyak olahan, kendaraan bermotor, peralatan serta suku cadang alat pemanas dan alat pendingin, dan peralatan alat komunikasi beserta suku cadang. Australia sendiri mengeskpor barang milik mereka ke Korea Selatan berupa bijih besi, batu bara, minyak mentah, layanan pariwisata serta pendidikan, dan daging sapi.

Korea Selatan merupakan destinasi ekspor terbesar ketiga Australia, serta partner terbesar keempat Australia dalam perdagangan. Sedangkan Australia merupakan pemasok terbesar keempat Korea Selatan dalam hal pertanian, perikanan, dan hasil hutan. Australia juga memiliki perjanjian perdagangan yang ditanda tangani pada tahun 2014.

Negara-negara Asia timur justru melihat ini sebagai sarana untuk meraih keuntungan lebih lewat sektor ekonomi. Ini terlihat dengan banyak perusahaan-perusahaan besar yanghng berasal dari kawasan Asia timur berani menjadi sponsor dalam Piala Asia 2015 yang diselenggarakan oleh Australia, seperti Samsung, Hyundai, Epson, Konica Minolta, Kirin, Saison Card, Toshiba, Toyota, The Asahi Shimbun Co, Family Mart, Makita, Nikon. Dapat kita lihat dengan jelas banyak perusahaan-perusahaan besar yang berasal dari negara-negara Asia Timur untuk menyukseskan Piala Asia 2015 di Australia, karena mereka sadar Australia merupakan negara yang sangat maju dan sangat siap untuk menyelenggarakan event sepakbola terbesar di kawasan Asia.

Selain perusahaan-perusahaan besar yang berani mengeluarkan uang untuk membantu penyelenggaraan Piala Asia 2015, Stasiun-stasiun televisi dari kawasan Asia Timur berusaha untuk mendapatkan hak siar Piala Asia 2015. Melihat kontestan dari Piala Asia 2015 terdapat beberapa dari Asia Timur seperti Jepang, China, Korea Selatan. Stasiun-stasiun televisi ini mencoba mengakomodir masyarakat Asia Timur yang tidak bisa mendukung secara langsung negara mereka di Australia. Stasiun televisi tersebut adalah, Great Sports Media Co. Ltd dan KBS.

Negara-negara Asia Barat Dalam penyelenggaraan Piala Asia ada beberapa perusahaan besar dari yang menjadi sponsor besar dalam event Piala Asia 2015 seperti Emirates dan Qatar Petroleum. Sedangkan dalam hak siar televisi negara Asia Barat juga mendapatkan melewati Bein Sport.

Meningkatnya Daya Tarik Pariwisata dan Pendidikan

Pada bagian ini kita akan melihat bagaimana pariwisata Australia dan dunia pendidikannya mengalami perubahan semenjak menjadi bagian Asia serta berhasil menyelenggarakan Piala Asia 2015.

Dalam data kedatangan wisatawan di negara Australia yang berasal dari Asia Timur sangat lah signifikan, dan tertinggi dipegang oleh China sebagai wisatawan yang berkunjung ke Australia dalam perhelatan Piala Asia 2015 yang mencapai 864.000 orang. Hasil tersebut bisa dikatakan sangat lah meningkat yang dimana pada tahun 2013 hanya mencapai 709.000 orang.

Lebih dari 850.000 orang merupakan jumlah orang di Australia yang mengaku keturunan Cina pada sensus tahun 2011, dengan 35 persen di antaranya lahir di Cina. Dalam dunia pendidikan, terdapat 119.000 pelajar China yang bersekolah di Australia pada tahun 2013, dan menjadi terbesar dalam pelajar yang berasal dari luar negeri di Australia.

Negara lain seperti Korea Selatan dalam hal dunia pariwisata sekitar 199.400 orang melakukan perjalanan menuju negara Australia dalam tahun 2012-2014 yang merupakan delapan terbesar. Hampir 88.000 orang Australia merupakan keturunan Korea Selatan jumlah tersebut setara dengan penuhnya stadion sepakbola Australia yang digunakan sebagai partai final di Piala Asia 2015.

Dalam hal dunia pendidikan orang Korea Selatan yang bersekolah di Australia mencapai 27.610 orang pada tahun 2012. Itu merupakan terbesar ketiga setelah China dan India. Pada Tahun 2015 ini merupakan pertama kalinya pemerintah Australia mengirim warga negara mereka yang ingin bersekolah di Korea Selatan melalui program *New Colombo Plan*.

Hubungan negara Jepang dan Australia dalam sektor ini lebih fokus dalam hal pendidikan. 650 sekolah telah melakukan kerjasama mengenai pendidikan antara Australia dan Jepang. Sedangkan sektor universitas atau pendidikan yang lebih tinggi lebih dari 475 universitas Australia dan Jepang memiliki perjanjian mengenai masalah pendidikan. 400 jumlah mahasiswa Australia yang akan melakukan perjalanan ke Jepang dalam *New Colombo Plan* program pemerintah Australia, yang bertujuan untuk mengangkat pengetahuan tentang Indo-Pasifik di Australia dan memperkuat hubungan *people-to-people* dan hubungan kelembagaan. Hampir 360.000 orang Australia mempelajari bahasa Jepang yang merupakan bahasa asing terbesar yang dipelajari. Australia menempati urutan keempat di dunia dalam jumlah peserta didik bahasa Jepang.

Negara-negara kawasan Asia Barat dalam angka kedatangan wisatawan pun bisa dikatakan sangat lah antusias dr negara-negara Asia Barat. Bahkan mereka dapat membaaur dengan mudah di Australia yang sangat berbeda budaya dan agama. Yang dimana negara-negara Asia Barat kurang begitu dekat dengan negara Australia.

Kawasan negara Asia Selatan ini lah yang menjadi sumbangan terbesar wisatawan bagi Australia selama 2015. India merupakan negara yang paling banyak mengunjungi Australia setelah China dengan jumlah 207.000. Kawasan ini lebih melihat dari segi pariwisata yang dirasakan lebih mudah dengan bergabungnya Australia di Asia. Walaupun kawasan ini tidak ambil bagian dalam Piala Asia, tapi mereka mampu menjadi wisatwan terbesar melalui India. Yang mungkin datang hanya untuk berwisata atau pun menikmati penyelenggaraan Piala Asia.

Kesimpulan

Australia dapat menggunakan sepakbola sebagai salah satu sarana mereka dalam mendekatkan diri dengan negara-negara Asia. Disini kita melihat bahwa usaha yang dilakukan oleh Australia untuk mendekatkan diri dengan Asia adalah diawali dengan bergabungnya Federasi Sepakbola Australia di Kawasan Asia, dan menyelenggarakan Piala Asia 2015.

Australia memiliki politik luar negeri yang sangat kuat kita bisa lihat bagaimana pengaruh Australia yang sangat lah besar, yang juga merupakan bagian dari dewan keamanan PBB. Politik luar negeri Australia mungkin sangat lah kuat tapi mereka mempunyai kepentingan lain yaitu dari sektor budaya yang coba didapat Australia di Kawasan Asia. Disini mereka ingin meningkatkan hubungan dekat antar *people-to-people* antara masyarakat Australia dengan masyarakat Asia. Yang mungkin akan berefek di sektor pariwisata, dan meningkatnya pendapatan ekonomi.

Melewati sepakbola ini lah Australia mencoba mendapatkan kepentingan mereka di kawasan Asia. Yang dimana Asia merupakan pasar yang sangat besar serta menjanjikan. Yang dicoba didapatkan Australia adalah seperti hak siar, keuntungan ekonomi, pariwisata. Sedangkan diplomasi sepakbola yang digunakan pun dapat berefek secara luas yang mungkin menjalin nilai-nilai persahabatan antar negara.

Selama bertahun-tahun, Australia adalah bagian dari Konfederasi sepak bola Oseania. Pada 1 Januari 2006, setelah melewati kampanye dan negosiasi, FFA menjadi anggota AFC. Keanggotaan yang telah diperoleh memberikan peluang untuk kualitas yang lebih tinggi dan lebih konsisten dalam persiapan tim nasional dalam berkembangnya sepak bola dan ekonomi. Ruang bergerak yang didapat oleh FFA akan menjadi lebih besar untuk meningkatkan kredensialnya dan pengaruh dalam dunia sepak bola. Namun semua itu akan meningkatkan tuntutan biaya pada FFA sebagai hasil dari kegiatan untuk bersaing dengan sepakbola Asia.

Pindah ke AFC membantu untuk mengintegrasikan sepak bola di Australia dengan wilayah ekonomi yang tercepat di dunia yaitu kawasan Asia Tenggara. Hal ini telah menyebabkan peningkatan untuk Australia mengikuti acara-acara besar yang diselenggarakan di negara Asia yang lain, atau Australia sebagai tuan rumah, seperti konferensi AFC 2007 dan penghargaan pemain Asia, Kongres FIFA 2008 dan, yang terpenting Piala Asia 2015.

Australia menjadi berhasil menjadi tuan rumah Piala Asia 2015 setelah melewati proses negosiasi yang akhirnya pada tanggal 5 Januari 2011, Presiden AFC Muhammad Hammam menyetujui permintaan Australia untuk menjadi tuan rumah piala Asia 2015. Melihat bahwa hanya Australia lah negara yang paling serius untuk menjadi tuan rumah Piala Asia 2015 yang diselenggarakan pada tanggal 9 Januari 2015 hingga 31 Januari 2015.

Piala Asia dianggap sebagai acara olahraga utama di Asia. Ini adalah kejuaraan antara 16 tim terbaik di Asia, yang meliputi sejumlah negara-negara yang berperingkat tinggi dan terdiri dari pemain kelas dunia. Kawasan Asia terus berkembang kualitasnya dalam turnamen sepak bola. AFC memiliki ambisi untuk menyelenggarakan kejuaraan ini dengan mengambil tempat seperti di Australia. Meskipun sebagai anggota baru dalam zona Asia dan telah menempatkan dirinya sebagai kekuatan sepakbola yang dipandang, meskipun masih belum memenangkan kejuaraan ini.

Dalam pelaksanaan Piala Asia 2015 Australia benar-benar menggunakan untuk mempromosikan negara mereka dikawasan Asia. Australia menunjuk lima kota sebagai penyelenggara yaitu, Sydney, Melbourne, Brisbane, Canberra, Newcastle. Terdapat 16 negara yang berpartisipasi termasuk Australia negara tersebut adalah, Australia, Jepang, Korea Selatan, Korea Utara, Bahrain, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Oman, Uzbekistan, Qatar, Iran, Kuwait, Yordania, Irak, Cina, dan Palestina.

Melihat dari apa yang telah dilakukan Australia dalam menggunakan sepakbola mereka sebagai alat diplomasi di Asia. Bisa dibilang sangat lah berhasil ini terbukti dengan respon-respon yang muncul di masyarakat Asia.

Australia mendapatkan respon yang sangat lah positif dari negara-negara Asia dengan bergabungnya Australia. Hampir seluruh negara Asia menganggap hadirnya Australia membuat kompetisi lebih kompetitif dan lebih mendekatkan negara Asia dengan Australia lebih insentif.

Dari segi nilai-nilai ekonomi Australia benar-benar mendapat keuntungan terutama dalam penyelenggaraan Piala Asia 2015, banyak sponsor-sponsor dari negara Asia yang berkontribusi untuk menyukseskan acara Piala Asia 2015. Yang mungkin bukan hanya menguntungkan bagi Australia tapi juga negara-negara Asia yang mejadi sponsor di Piala Asia 2015.

Untuk sektor pariwisata dan pendidikan ini sangat lah berkaitan dengan hubunga people-to-people Australia mengalami peningkatan yang signifikan melewati sektor ini terutama dari negara-negara seperti China, India, Korea Selata. Dan bahkan dari sektor pendidikan banyak pelajar-pelajar dari negara Asia yang memilih Australia sebagai destinasi pendidikan.

Daftar Pustaka

A. Buku & Jurnal:

- AFC Asian Cup Australia 2015. (2015). *List Of Registered Users*. Australia.
- AFC Asian Cup Australia 2015. (2015). *Marketing & Media Regulations*. Australia: AFC Asian Cup Australia 2015.
- AM, T. H. (A Review into the Sustainability of Football). *Building Australia's Football Community*. Australia: Commonwealth of Australia.
- Arafat. (2011). *Peran Diplomasi Sepakbola Dalam Peningkatan Hubungan Bilateral Spanyol - Portugal*. Makassar: Universitas Hassanudin.
- Asian Football Confederation. (2015). *AFC Asian Cup Australia 2015*. Malaysia: Asian Football Confederation.
- Asian Football Confederation. (2015). *AFC Quarterly*. Malaysia: Asian Football Confederation.
- Bubbalo, A. (2005). Football Diplomacy. 1-16.
- Bubbalo, A. (2013). Football Diplomacy Redux: The 2015 Asian Cup And Australia's Engagement With Asia . 1-12.
- Club, N. P. (2014, June 18). *Transcripts*. Retrieved October 20, 2015, from Minister for Foreign Affairs: http://foreignminister.gov.au/transcripts/Pages/2014/jb_tr_140620.aspx?w=tb1CaGpkPX%2FIS0K%2Bg9ZKEg%3D%3D
- Continental. (2015). *Soccer News*. Jerman: Continental.
- Football Federation Australia. (2015). *AFC Asian Cup Australia 2015 Information Guide*. Australia: Football Federation Australia.
- Government, A. (2015). Australian Sport Diplomacy. 1-8.
- Hidayatullah, L. I. (n.d.). *Kampusiana*. Retrieved October 20, 2015, from LPM Institut: <http://www.lpminstitut.com/2015/05/sisipkan-diplomasi-lewat-sepak-bola.html>
- Iriansyah, A. (2014). *Perbandingan Antara Korean Wave dan Japanese Popular Culture Sebagai Alat Soft Diplomasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Isharuddin, D. (2008). *Drama Itu Bernama Sepakbola: Gambaran Silang Olahraga, Politik, dan Budaya*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Jack C. Plano, R. O. (1982). *The International Relations Dictionary, terjemahan Wawan Juanda*. England: Clio Press Ltd.

Kartikasari, T. W. (2007). *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi Bagi Negara Sedang Berkembang: Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.

Koentjaraningrat. (1982). *Persepsi Tentang Kebudayaan Nasional*. Jakarta: Lembaga Riset Kebudayaan Nasional dan Lembaga Ilmu Pengetahuan.

Kuntjaraningrat. (1979). *Pengantar Antropologi Budaya*. Jakarta: Aksara Baru.

Marcelo, R. (2014, December 10). *Media*. Retrieved October 20, 2015, from Kedutaan Besar Australia: http://indonesia.embassy.gov.au/jaktindonesian/SM14_045.html

Maulana, D. F. (2009). *Euro 2008 Dalam Perspektif Diplomasi Kebudayaan*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Morgenthau, H. (1991). *Politik Antar Bangsa, Buku Ketiga*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Nye, J. S. (1990). *"Soft Power" Foreign Policy*. Autumun P.

Roy, S. (1995). *Diplomasi terjemahan oleh Harwanto Dahlan dan Mirsawati*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Supriyanto, G. (2015, February 1). *Opini*. Retrieved October 20, 2015, from Wordpress: <http://gsoepriyanto.com/2015/02/01/massimo-luongo-dan-diplomasi-olahraga-indonesia-australia/>

Tourism Research Australia. (2015). *International Visitors In Australia*. Australia: Australia Government.

Tourism Research Australia. (2015). *State Of The Industry 2015*. Australia: Australia Government.

B. Website:

<http://www.afcasiancup.com/news/en/asian-cup-a-stunning-success/13ctjghssat6j16duu2o7sy0le>

HYPERLINK "<http://www.theroar.com.au/2015/01/12/asian-cup-showcasing-power-beauty-diversity/>" <http://www.theroar.com.au/2015/01/12/asian-cup-showcasing-power-beauty-diversity/>

HYPERLINK "<http://sasha-satyagraha.blogspot.co.id/2015/03/australia-ancaman-atau-kesempatan-asia.html>" <http://sasha-satyagraha.blogspot.co.id/2015/03/australia-ancaman-atau-kesempatan-asia.html>

HYPERLINK "<http://www.tribunnews.com/superball/2013/08/27/ini-alasan-11-negara-asia-tenggara-terima-australia-jadi-anggota-aff>"

<http://www.tribunnews.com/superball/2013/08/27/ini-alasan-11-negara-asia-tenggara-terima-australia-jadi-anggota-aff>

HYPERLINK "http://www.kompasiana.com/aldi_doank05/australia-membawa-sepakbola-asean-ke-level-berikutnya-hehe_55297386f17e614e728b45c1"
http://www.kompasiana.com/aldi_doank05/australia-membawa-sepakbola-asean-ke-level-berikutnya-hehe_55297386f17e614e728b45c1

HYPERLINK "http://www.republika.co.id/berita/sepakbola/liga-indonesia/13/08/26/ms4zci-ada-australia-di-sepak-bola-asia-tenggara-ini-reaksi-pssi"
<http://www.republika.co.id/berita/sepakbola/liga-indonesia/13/08/26/ms4zci-ada-australia-di-sepak-bola-asia-tenggara-ini-reaksi-pssi>

HYPERLINK "http://sport.detik.com/aboutthegame/read/2014/11/27/193807/2761496/1497/australia-dan-asia-tenggara-antara-ada-dan-tiada"
<http://sport.detik.com/aboutthegame/read/2014/11/27/193807/2761496/1497/australia-dan-asia-tenggara-antara-ada-dan-tiada>

HYPERLINK "http://www.asianews.it/news-en/A-billion-viewers,-illegal-betting,-and-global-jihadism-at-the-2015-Asian-Cup-33237.html" <http://www.asianews.it/news-en/A-billion-viewers,-illegal-betting,-and-global-jihadism-at-the-2015-Asian-Cup-33237.html>

HYPERLINK "http://www.theroar.com.au/2010/12/17/embrace-asia-before-taking-on-the-world/" <http://www.theroar.com.au/2010/12/17/embrace-asia-before-taking-on-the-world/>

HYPERLINK "http://www.nytimes.com/2015/01/09/sports/soccer/australia-faces-pressure-to-win-as-it-hosts-asian-cup.html?_r=1"
http://www.nytimes.com/2015/01/09/sports/soccer/australia-faces-pressure-to-win-as-it-hosts-asian-cup.html?_r=1

HYPERLINK "http://www.enca.com/africa/sport/arab-nations-keen-see-socceroos-ejected-asian-federation" <http://www.enca.com/africa/sport/arab-nations-keen-see-socceroos-ejected-asian-federation>

<http://www.smh.com.au/sport/soccer/asian-cup-exceeding-expectations-and-placing-pressure-on-cricket-world-cup-20150116-12rnn7.html>

<http://dfat.gov.au/about-australia/society-culture/Pages/sport.aspx>

<http://dfat.gov.au/people-to-people/sport/major-sporting-events/afc-asian-football-cup/Pages/2015-asian-cup-fact-sheet-australia-and-republic-of-korea.aspx>

<http://dfat.gov.au/people-to-people/sport/major-sporting-events/afc-asian-football-cup/Pages/2015-asian-cup-fact-sheet-australia-and-japan.aspx>

<http://dfat.gov.au/people-to-people/sport/major-sporting-events/afc-asian-football-cup/Pages/2015-asian-cup-fact-sheet-australia-and-china.aspx>

<http://dfat.gov.au/people-to-people/sport/major-sporting-events/afc-asian-football-cup/Pages/2015-afc-asian-football-cup.aspx>

<http://dfat.gov.au/pages/default.aspx>

<http://dfat.gov.au/about-us/history-of-australian-diplomacy/Pages/history-of-australian><http://dfat.gov.au/about-us/department/Pages/strategic-framework-2015-2019.aspx-diplomacy.aspx>

<http://dfat.gov.au/about-australia/australia-world/Pages/looking-outward.aspx>

<http://www.ausport.gov.au/>