**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

1. **Literatur Review**

Di dalam penyusunan karya tulis ilmiah atau sebuah penelitian, seperti Skripsi, tidak terlepas dari pengaruh Skripsi atau sebuah Literatur Review atau Penelitian Terdahulu**.** Penelitian Terdahulu ini berfungsi agar penulis dapat mengetahui, mengenal, dan memahami penelitian-penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya untuk digunakan penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang insyaa Allah secara baik dan benar. Berikut beberapa Penelitian Terdahulu berisi tentang peninjauan kembali atas pustaka-pustaka atau tulisan terdahulu yang terkait dengan tema yang sedang dibahas, seperti:

**A. Rosyida, (Yogyakarta: FISIP-HI Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2010), hlm. 1-10. Di dalam skripsi yang berjudul *“Efektivitas Diplomasi Publik Dalam Menampilkan Wajah Indonesia Yang Moderat, Demokratis, Dan Progresif”*,** menjelaskan diplomasi publik merupakan *Soft Power Diplomacy* dan bukan *Hard Power Diplomacy* yang biasanya menggunakan kekuatan militer. Di dalam diplomasi publik ini berkaitan dengan suatu bentuk hegemoni yang memiliki esensi dan tujuan untuk mempengaruhi publik di dalam negeri maupun di luar negeri melalui informasi, kebudayaan, dan pendidikan sebagai instrumen utamanya di dalam membangun suatu citra yang baik dan memperbaiki citra yang buruk di dalam negara tersebut serta diplomasi publik ini merupakan suatu sarana yang tepat dan sesuai di dalam membentuk opini publik dan mempromosikan citra negara di dalam menampilkan wajah Indonesia yang moderat, demokratis, dan progresif yang dilakukan oleh Kementerian Luar Negeri dengan merangkul pemangku kepentingan di luar negeri di dalam kegiatan kerja sama yang sudah cukup efektif dilakukan sampai saat ini (Rosyida, 2010, hal. 1-10).

**Nana Restiana, (Malang: FISIP-HI Universitas Muhammadiyah Malang, 2009), hlm. 1-10. Di dalam skripsi yang berjudul *“Diplomasi Publik China dalam Olimpiade Beijing 2008”*,** menjelaskan bagaimana Olimpiade Beijing 2008 merupakan salah satu bidang (isu) yang dijadikan sebagai instrumen atau alat Diplomasi Publik China. China merupakan salah satu negara komunis terbesar di dunia yang telah mampu dan berhasil di dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan dalam beberapa tahun belakangan ini. Melalui Diplomasi Publik China dalam Olimpiade Beijing 2008 ini juga, China dapat memanfaatkan acara ini untuk meningkatkan lagi pertumbuhan ekonominya dengan menunjukan keberhasilannya di dalam kapabilitas atau kemampuannya menjadi tuan rumah Olimpiade Beijing 2008 yang berjalan dengan baik, benar, dan lancar dan juga China melalui Diplomasi Publiknya ingin membendung penilaian atau pandangan negatif mengenai negaranya sebagai negara komunis untuk meningkatkan citra negaranya di mata dunia internasional yang dapat terbuka dan menerima masyarakat internasional melalui Olimpiade Beijing 2008 ini (Restiana, 2009, hal. 1-10).

**Raisa Muthmaina, (Jakarta: FISIP-HI Universitas Indonesia, 2012), hlm. 40-50. Di dalam skripsi yang berjudul *“Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2010 sebagai Diplomasi dalam memperluas Marketing Power Afrika Selatan”*,** menjelaskan bagaimana Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2010 merupakan salah satu bidang (isu) yang dijadikan sebagai instrumen atau alat Diplomasi dalam memperluas *Marketing Power* Afrika Selatan. Penelitian yang dilakukan oleh Raisa Muthmaina menggunakan dua konsep, yaitu konsep diplomasi olahraga dan konsep *marketing power*, dimana Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2010 di Afrika Selatan dapat dijadikan sebagai instrumen atau alat Diplomasi Olahraga dalam memperluas *Marketing Power* Afrika Selatan dan di dalam penelitiannya, Raisa Muthmaina menilai bahwa hal ini sangat efektif dan efisien dilakukan oleh Afrika Selatan dalam memperluas *Marketing Power* Afrika Selatan. *Marketing power* yang ingin dicapai oleh Afrika Selatan di dalam Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2010 adalah untuk meningkatkan citra Afrika Selatan di mata dunia internasional yang dilakukan dengan cara menampilkan citra Afrika Selatan sebagai negara yang sudah tidak ada lagi menerapkan sistem *“Apartheid”* dan dapat digunakan untuk “membersihkan” citra Afrika Selatan yang dulu dikenal sebagai negara *“Apartheid”* serta untuk menunjukan keanekaragaman masyarakat di Afrika Selatan yang dapat hidup damai dan tentram secara berdampingan (Muthmaina, 2012, hal. 40-50).

Persamaan Literatur Review atau Penelitian Terdahulu di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sama-sama menggunakan teori ilmiah dan konsep Diplomasi atau *Diplomasi Publik* yang dilakukan oleh masing-masing negara dan sama-sama menggunakan acara (pertandingan) olahraga internasional yang salah satunya juga menggunakan Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA yang merupakan salah satu bidang (isu) yang dijadikan sebagai instrumen atau alat Diplomasi atau *Diplomasi Publik* bagi negaranya. Sedangkan perbedaan Penelitian Terdahulu di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui Bagaimana Diplomasi Publik Rusia Melalui Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia dan Untuk mengetahui Bagaimana Upaya Rusia Dalam Meningkatkan Nation Brandingnya Secara Umum serta Untuk mengetahui Bagaimana Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia Berdampak Positif Dalam Meningkatkan Nation Branding Rusia.

1. **Kerangka Teoritis/Konseptual**

Kerangka pemikiran adalah Kerangka Teoritis atau Kerangka Konseptual. Kerangka Teoritis atau Kerangka Konseptual merupakan sumber dan landasan yang digunakan peneliti untuk menganalisa dan memahami masalah penelitian. Kerangka Teoritis adalah model konseptual yang menggambarkan hubungan di antara berbagai macam faktor yang telah diidentifikasikan sebagai sesuatu hal yang penting bagi suatu masalah (Sekaran, 1984, hal. 5).

Di dalam mempermudah proses penelitian ini, diperlukan sebuah sumber dan landasan dalam memperkuat analisa mengenai *“DIPLOMASI PUBLIK RUSIA MELALUI PENYELENGGARAAN PIALA DUNIA FIFA (FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION) 2018 RUSIA DALAM MENINGKATKAN NATION BRANDING RUSIA”.* Sebelum menjelaskan konsep-konsep dalam pembahasan pokok-pokok pikiran yang sesuai dengan judul (tema) penelitian ini, suatu penelitian harus menggunakan pendekatan ilmiah kerangka pemikiran dalam menjelaskan dan mengarahkan penelitian ini dengan baik dan benar.

Kerangka Teoritis atau Kerangka Konseptual ini bertujuan untuk membantu dalam menganalisa dan memahami permasalahan dengan berlandaskan pendapat para pakar atau para ahli yang berkompeten dan berhubungan dalam penelitian ini. Hal ini membuat peneliti menggunakan teori-teori ilmiah dan konsep yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti sebagai upaya dalam membentuk pengertian dan pemahaman serta menjadikannya sebagai pedoman dalam objek penelitian. Syarat atau ukuran utama sebuah kerangka pemikiran adalah alur atau jalan pemikiran yang logis dalam membangun sebuah kerangka pemikiran yang baik dan benar yang menghasilkan suatu kesimpulan berupa hipotesis. Dengan kata lain, dalam sebuah masalah penelitian, maka peneliti harus menggunakan teori-teori ilmiah dan konsep yang dijadikan sebagai sebuah instrumen atau alat untuk membantu menganalisa dan memahami dalam menjawab dan menyelesaikan masalah peneltian. Sesuai dengan penelitian ini, penulis menggunakan teori-teori ilmiah dan konsep tentang Hubungan Internasional dalam hubungannya dengan Kerja Sama Internasional, Organisasi Internasional, dan Diplomasi terutama Diplomasi Publik serta Nation Branding terutama hubungannnya dengan *“DIPLOMASI PUBLIK RUSIA MELALUI PENYELENGGARAAN PIALA DUNIA FIFA (FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION) 2018 RUSIA DALAM MENINGKATKAN NATION BRANDING RUSIA”.*

Hubungan Internasional merupakan disiplin atau cabang ilmu pengetahuan yang sedang berkembang pesat pada saat ini. Hubungan Internasional didefinisikan sebagai studi tentang interaksi di antara aktor-aktor negara *(State Actors)* dan aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)*, seperti *Multi National Corporations (MNCs), International Governmental Organizations (IGOs), International Non Governmental Organizations (INGOs),* dan bahkan kelompok-kelompok individu lintas batas negara dalam berbagai bidang, seperti bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, hukum, pertahanan keamanan, perpindahan penduduk (imigrasi dan emigrasi), terorisme, kesehatan, hak asasi manusia, pariwisata, dan olahraga (pertandingan-pertandingan internasional), seperti Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* serta termasuk kajian mengenai kondisi-kondisi relevan yang mengitari interaksi tersebut. Interaksi ini, bisa berwujud kerja sama, pembentukan aliansi, perang, dan konflik serta interaksi dalam organisasi internasional. Hubungan Internasional terjadi karena suatu keharusan yang wajib dilakukan sebagai akibat adanya saling ketergantungan satu sama lain dan bertambah kompleksnya isu-isu (masalah) dalam Hubungan Internasional.

Perkembangan Ilmu Hubungan Internasional membuat interaksi tidak hanya dilakukan di antara aktor-aktor negara *(State Actors)* saja, melainkan juga aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)* yang berhubungan dan berpengaruh terhadap kompleksnya isu-isu (masalah) dalam Hubungan Internasional. Kompleksnya isu-isu (masalah) dalam Hubungan Internasional ini dipengaruhi oleh perkembangan arus globalisasi dan teknologi informasi serta perkembangan Ilmu Hubungan Internasional itu sendiri yang membuat arah diplomasi tradisional bergeser menjadi diplomasi yang lebih modern dan perkembangan tersebut menyebabkan pilihan-pilihan instrumen atau alat Diplomasi menjadi beragam.

Pada dasarnya, Hubungan Internasional merupakan interaksi atau hubungan antara aktor negara dengan aktor negara lain. Pengertian Hubungan Internasional menurut **K.J. Holsti** (Holsti, 1992, hal. 27), menyatakan bahwa:

**“Hubungan Internasional adalah sebuah bentuk interaksi dalam berbagai aspek internasional yang melewati batas negara antar anggota masyarakat yang berbeda, baik yang didukung dan bertindak atas nama pemerintah ataupun tidak (warga negara). Hubungan Internasional mencakup pengkajian terhadap politik luar negeri dan politik internasional, dan meliputi segala segi hubungan di antara berbagai negara di dunia.”**

Ilmu Hubungan Internasional merupakan bagian dari Sosiologi khusus atau fenomena sosial yang mempelajari Masyarakat Internasional *(Sociology of International Relations)* (Shcwarzenberger, 1964, hal. 8)*.* Jadi Ilmu Hubungan Internasional dalam pengertian umum, tidak hanya mencakup bidang politik saja, akan tetapi juga mencakup bidang ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, hukum, pertahanan keamanan, perpindahan penduduk (imigrasi dan emigrasi), terorisme, kesehatan, hak asasi manusia, pariwisata, dan olahraga (pertandingan-pertandingan internasional), seperti Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* serta termasuk kajian mengenai kondisi-kondisi relevan yang mengitari interaksi tersebut.

Secara spesifik, **Suwardi Wiriatmadja** (Wiriatmadja, 1984, hal. 39) mendefinisikan Hubungan Internasional di dalam Buku Pengantar Ilmu Hubungan Internasional dengan menyatakan bahwa:

**“Hubungan Internasional lebih sesuai untuk mencakup segala macam hubungan antar bangsa dan kelompok-kelompok bangsa dalam masyarakat dunia dan kekuatan-kekuatan, tekanan-tekanan, proses-proses yang menentukan cara hidup, cara bertindak, dan cara berfikir manusia, meskipun fokus masih tetap dalam sistem negara kebangsaan dan hubungan antar bangsa, tetapi hubungan antar berbagai macam organisasi dan kelompok juga harus diperhatikan.”**

Sementara, di lain pihak, terdapat sarjana Hubungan Internasional yang justru ingin memperkecil ruang lingkup Ilmu Hubungan Internasional dengan menekankan pada aspek politik dari hubungan antar negara yang dapat dipelajari melalui Politik Luar Negeri negara-negara yang bersangkutan. Secara khusus **Stanley Hoffman** (Hoffman, 1960, hal. 6), menyatakan bahwa:

**“Ilmu Hubungan Internasional sebagai subjek akademis, terutama memperhatikan hubungan politik antar negara. Adanya kata “terutama” dalam definisi arti sempit ini menunjukkan bahwa di samping negara, ada juga pelaku internasional, transnasional, atau supranasional yang lain, seperti *Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Uni Eropa (UE), Multi National Corporations (MNCs), International Governmental Organizations (IGOs), International Non Governmental Organizations (INGOs), Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM),* dan sebagainya.”**

Hubungan Internasional juga mengkaji tentang Politik Internasional. **Mohtar Mas’oed** (Mas’oed, 1994, hal. 28) memberikan definisi tentang Hubungan Internasional sebagai studi tentang interaksi antar beberapa aktor yang berpartisipasi dalam Politik Internasional dengan menyatakan bahwa:

**“Hubungan Internasional didefinisikan sebagai studi tentang interaksi antar beberapa aktor yang bepartisipasi dalam Politik Internasional yang meliputi Negara-negara, Organisasi Internasional, Organisasi Non-Pemerintah, Kesatuan Sub Nasional, seperti birokrasi dan pemerintah domestik serta individu-individu. Tujuan dasar Studi Hubungan Internasional adalah mempelajari perilaku internasional, yaitu perilaku para aktor negara maupun non-negara di dalam arena transaksi internasional. Perilaku ini bisa berwujud kerja sama, pembentukan aliansi, perang, konflik, dan interaksi dalam Organisasi Internasional.”**

Hubungan Internasional merupakan interaksi atau hubungan yang dilakukan oleh para aktor di panggung internasional, melintasi batas-batas kedaulatan negara. Aktor dalam Hubungan Internasional mencakup aktor negara dan bukan negara. **George A. Lopez dan Michael S. Stohl** (A. Lopez & S. Stohl, 1989, hal. 3) mendefinisikan Hubungan Internasional dengan menyatakan bahwa:

**“Hubungan Internasional sebagai suatu aktivitas manusia dimana para individu atau kelompok dari suatu bangsa atau negara berinteraksi, resmi atau tidak, dengan para individu atau kelompok dari negara lain. Hubungan Internasional tidak hanya melibatkan kontak fisik langsung atau tatap muka, tetapi juga transaksi-transaksi ekonomi, penggunaan kekuatan militer dan diplomasi, baik yang sifatnya publik ataupun privat. Karena itu, Studi Hubungan Internasional mencakup aktivitas yang sangat beragam, mulai dari perang, bantuan kemanusiaan, perdagangan, investasi internasional, pariwisata, hingga olimpiade, dan Piala Dunia.”**

Disiplin Studi Ilmu Hubungan Internasional merupakan disiplin yang interdisipliner dan isu atau bidang studi yang dipelajarinya sangat beragam. Isu atau bidang-bidang studi yang dikajinya mencakup banyak hal, seperti isu atau bidang studi Analisa Politik Luar Negeri, Politik Internasional, Ekonomi Internasional, Ekonomi Politik Internasional, Hukum Internasional, Organisasi Internasional, Diplomasi, Studi Strategis, Konflik, dan Perdamaian. Kemudian isu-isu atau berbagai macam bidang studi baru muncul dalam Hubungan Internasional, seperti isu atau bidang studi mengenai globalisasi, feminisme atau gender, dimensi internasional komunikasi, sosial, budaya, lingkungan, hukum, pertahanan keamanan, perpindahan penduduk (imigrasi dan emigrasi), terorisme, kesehatan, hak asasi manusia, pariwisata, dan olahraga (pertandingan-pertandingan internasional), seperti Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* serta termasuk kajian mengenai kondisi-kondisi relevan yang mengitari interaksi tersebut.

Dari definisi menurut pendapat para pakar atau para ahli Studi Ilmu Hubungan Internasional dan penjelasan secara umum mengenai Studi Ilmu Hubungan Internasional di atas, maka dapat dikatakan bahwa Hubungan Internasional merupakan studi ilmu untuk mencapai suatu kepentingan atau kekuasaan dalam berbagai bidang, seperti bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, hukum, pertahanan keamanan, perpindahan penduduk (imigrasi dan emigrasi), terorisme, kesehatan, hak asasi manusia, pariwisata, dan olahraga (pertandingan-pertandingan internasional), seperti Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* serta termasuk kajian mengenai kondisi-kondisi relevan yang mengitari interaksi tersebut, seperti globalisasi, feminisme atau gender, dan dimensi internasional komunikasi. Hal ini dilakukan oleh aktor-aktor negara *(State Actors)* dan aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)* yang harus didapatkan dan diwujudkan, sehingga bermanfaat dan berdampak positif serta memiliki pengaruh besar bagi masing-masing aktor di dalam tatanan Hubungan Internasional.

Pada dasarnya tujuan dari Hubungan Internasional adalah mempelajari interaksi atau perilaku internasional yang dilakukan antara aktor-aktor negara *(State Actors)* dan aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)* yang memiliki peran di dalam Hubungan Internasional. Menurut **Teuku May Rudy** (May Rudy, 2003, hal. 1), menyatakan bahwa:

**“Pola hubungan atau interaksi ini dapat berupa kerja sama (cooperation), persaingan (competition), dan pertentangan (conflict). Jadi masalahnya adalah bagaimana memelihara, mempertahankan dan meningkatkan kerja sama yang berlangsung secara adil dan saling menguntungkan; bagaimana mencegah dan menghindari konflik, serta bagaimana mengubah kondisi-kondisi persaingan (kompetisi) dan pertentangan (konflik) menjadi kerja sama (kolaborasi).”**

Di dalam melakukan suatu bentuk interaksi dalam Hubungan Internasional, maka dilakukan suatu bentuk Kerja Sama Internasional yang merupakan salah satu ruang lingkup dari Hubungan Internasional yang menjadi suatu keharusan yang wajib dilakukan antara aktor-aktor negara *(State Actors)* dan aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)* sebagai akibat adanya saling ketergantungan satu sama lain dan bertambah kompleksnya isu-isu (masalah) dalam Hubungan Internasional serta untuk menjalankan dan menjamin keberlangsungan hidup berbangsa dan bernegara di dalam tatanan Hubungan Internasional.

Kerja Sama Internasional di dalam penelitian ini, dilakukan oleh Rusia yang merupakan aktor negara sebagai tuan rumah Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 *(FIFA WORLD CUP RUSSIA 2018)*. Rusia melalui lembaga dan badan atau organisasi pemerintah dalam bidang olahraga, yakni Kementerian Olahraga Rusia dan Uni Sepak Bola Rusia saling bekerja sama dengan aktor yang bukan negara, dalam hal ini FIFA *(Fédération Internationale de Football Association)* yang merupakan Federasi Sepak Bola Internasional yang membuat kompetisi Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* secara profesional dan memiliki integritas dalam menyelenggarakan pertandingan internasional ini, agar berjalan dengan baik dan lancar serta saling memenuhi kebutuhan dan kepentingan dari masing-masing aktor tanpa ada pihak yang dirugikan dan tanpa ada unsur paksaan atau intimidasi.

Hal ini berdasarkan surat keputusan yang dikeluarkan oleh FIFA *(Fédération Internationale de Football Association)* di dalam Proses Penawaran *(Bidding Process)* sebelumnya kepada setiap negara-negara Eropa untuk mengajukan dirinya atau bekerja sama menjadi tuan rumah Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 *(FIFA WORLD CUP 2018)* setelah FIFA membuka kesempatan ini pada tanggal 15 Januari 2009 yang lalu di dalam Proses Penawaran *(Bidding Process)* (Valcke, 2009). Piala Dunia FIFA 2018 edisi ke-21 merupakan kesempatan (jatah) bagi negara-negara Eropa untuk mendapatkan giliran menjadi tuan rumah Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 sesuai urutan benua berdasarkan aturan FIFA. Inggris, Rusia, kolaborasi Belanda dan Belgia, dan kolaborasi Portugal dan Spanyol, merupakan enam negara Eropa yang berminat menjadi tuan rumah Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 pada waktu itu.

Pengertian Kerja Sama Internasional menurut **Teuku May Rudy** (May Rudy, 2003, hal. 2), menyatakan bahwa:

**“Kerja Sama Internasional adalah suatu bentuk kerja sama yang ruang lingkupnya melintasi batas-batas Negara baik antar pemerintah ataupun non-pemerintah untuk mencapai tujuan-tujuan yang disepakati bersama. Jika Kerja Sama Internasional itu dalam bentuk Organisasi Internasional maka harus ada struktur organisasi yang jelas dan lengkap yang melaksanakan fungsi organisasi secara berkesinambungan.”**

Kerja Sama Internasional menurut **James Edward Dougherty** dan **Robert L. Pfaltze graff** (Edward Dougherty & L. Pfaltze graff, 1997, hal. 418-419), menyatakan bahwa:

**“Kerja Sama Internasional dapat diartikan sebagai seperangkat hubungan yang tidak didasarkan pada unsur paksaan dan kekerasan. Kerja sama dapat muncul akibat adanya komitmen individu dan negara untuk mendapatkan kesejahteraan kolektif.”**

Kerja Sama Internasional antara Rusia dan FIFA (*Fédération Internationale de Football Association)* merupakan kerja sama antara aktor-aktor negara *(State Actors)* dan aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)*. Negara Rusia yang merupakan aktor negara sebagai tuan rumah Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 *(FIFA WORLD CUP RUSSIA 2018)*. Rusia melalui lembaga dan badan atau organisasi pemerintah dalam bidang olahraga, yakni Kementerian Olahraga Rusia dan Uni Sepak Bola Rusia saling bekerja sama dengan aktor yang bukan negara, dalam hal ini FIFA yang merupakan Federasi Sepak Bola Internasional yang membuat kompetisi Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* yang termasuk ke dalam Organisasi Internasional *(International Organizations* atau *IOs)*,dalam hal ini merupakan Organisasi Internasional Non-Pemerintah *(International Non Governmental Organizations* atau *INGOs)*. FIFA memenuhi unsur-unsur dan termasuk ke dalam Organisasi Internasional Non-Pemerintah, karena FIFA didirikan oleh setiap organisasi yang tidak dibentuk melalui perjanjian antar pemerintah yang beranggotakan individu-individu atau sekelompok orang dari berbagai asosiasi sepak bola di seluruh dunia yang mengelola sistem sepak bola di negaranya masing-masing yang menjadi anggota FIFA dan hingga kini memiliki anggota-anggota bukan dari negara, melainkan asosiasi sepak bola swasta tunggal yang berbadan hukum. FIFA sendiri memiliki jumlah anggota sebanyak 209 asosiasi sepak bola yang notabene lebih banyak dibandingkan dengan jumlah anggota PBB *(Perserikatan Bangsa-Bangsa)* yang berjumlah sebanyak 193 negara.

Kerja Sama Internasional yang dilakukan oleh Rusia dan FIFA *(Fédération Internationale de Football Association)* bertujuan untuk saling memenuhi dan mencapai kepentingannya yang harus didapatkan dan diwujudkan, sehingga bermanfaat dan berdampak positif serta memiliki pengaruh besar bagi masing-masing aktor di dalam tatanan Hubungan Internasional. Kerja Sama Internasional ini dilakukan dalam rangka *“DIPLOMASI PUBLIK RUSIA MELALUI PENYELENGGARAAN PIALA DUNIA FIFA (FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION) 2018 RUSIA DALAM MENINGKATKAN NATION BRANDING RUSIA”.*

Salah satu kajian utama di dalam Studi Ilmu Hubungan Internasional adalah Organisasi Internasional yang juga merupakan salah satu aktor dalam Hubungan Internasional. Pengertian Organisasi Internasional menurut **Michael Hass** (Hass, 1969, hal. 131), menyatakan bahwa:

**“Pertama, sebagai suatu lembaga atau struktur yang mempunyai serangkaian aturan, anggota, jadwal, tempat, dan waktu pertemuan. Kedua, Organisasi Internasional merupakan pengaturan bagian-bagian menjadi satu kesatuan yang utuh dimana tidak ada aspek non-lembaga dalam istilah Organisasi Internasional ini.”**

Organisasi Internasional Pemerintah *(International Governmental Organizations* atau *IGOs)* adalah organisasi-organisasi yang dibentuk melalui perjanjian antar negara, sedangkan Organisasi Internasional Non-Pemerintah *(International Non Governmental Organizations* atau *INGOs)* adalah setiap organisasi yang tidak dibentuk melalui perjanjian antar pemerintah. Dengan begitu Organisasi Internasional tidak hanya beranggotakan negara saja, atau representasi negara dan pemerintah, tetapi bisa juga beranggotakan kelompok-kelompok, asosiasi, organisasi, dan individu-individu.

Pada saat ini, peranan Organisasi Internasional dalam Hubungan Internasional telah diakui. Hal ini dikarenakan keberhasilannya dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi suatu negara, kelompok-kelompok, asosiasi, organisasi, dan individu-individu. Kehadiran Organisasi Internasional menggambarkan kebutuhan manusia untuk saling bekerjasama dan sebagai sarana untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada.

Organisasi Internasional memberi perhatian lebih terhadap interaksi yang dilakukan antara aktor-aktor negara *(State Actors)* dan aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)* dalam suatu wadah atau sarana yang berstruktur dan mempunyai fungsi serta tujuan yang ingin dicapai. Organisasi Internasional dalam bentuk yang paling umum secara jelas menggambarkan instrumen dari Kerja Sama Internasional yang secara terbuka ditetapkan dan dibentuk oleh para anggotanya untuk menyelesaikan bersama-sama permasalahan yang bersifat umum yang sedang dihadapi.

Wadah atau sarana untuk mengadakan Kerja Sama Internasional menurut **Jack C. Plano** dan **Roy Olton** (C. Plano & Olton, 1999, hal. 27) yang diterjemahkan oleh **Wawan Djuanda**, salah satunya adalah melalui Organisasi Internasional dengan menyatakan bahwa:

**“Organisasi Internasional adalah suatu ikatan formal yang melampaui batas wilayah nasional yang menetapkan untuk membentuk mesin kelembagaan agar memudahkan kerja sama diantara mereka dalam bidang keamanan, ekonomi, sosial, dan bidang lainnya.”**

**Teuku May Rudy** (May Rudy, 2003, hal. 3)mendefinisikan Organisasi Internasional di dalam Buku Administrasi dan Organisasi Internasional dengan menyatakan bahwa:

**“Organisasi Internasional adalah pola kajian kerja sama yang melintasi batas-batas Negara dengan didasari struktur organisasi yang jelas dan lengkap serta diharapkan atau diproyeksikan untuk berlangsung serta melaksanakan fungsinya secara berkesinambungan dan melembaga guna mengusahakan tercapainya tujuan-tujuan yang diperlukan serta disepakati bersama, baik antara pemerintah dengan pemerintah maupun antar sesama kelompok non pemerintah pada Negara yang berbeda.”**

Apabila ditinjau menurutdefinisi Teuku May Rudy diatas, aktor yang bukan negara, dalam hal ini FIFA *(Fédération Internationale de Football Association)* yang merupakan Federasi Sepak Bola Internasional yang membuat kompetisi Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* yang termasuk ke dalam Organisasi Internasional *(International Organizations* atau *IOs)*,dalam hal ini merupakan Organisasi Internasional Non-Pemerintah *(International Non Governmental Organizations* atau *INGOs)* yang di dalamnya memiliki sistem dan struktur organisasi yang baik dan benar serta syarat-syaratnya terpenuhi secara jelas dan lengkap, seperti yang sudah dijelaskan diatas.

Di dalam perkembangan Ilmu Hubungan Internasional saat ini, membuat interaksi tidak hanya dilakukan di antara aktor-aktor negara *(State Actors)* saja, melainkan juga aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)* yang berhubungan dan berpengaruh terhadap kompleksnya isu-isu (masalah) dalam Hubungan Internasional. Kompleksnya isu-isu (masalah) dalam Hubungan Internasional ini dipengaruhi oleh perkembangan arus globalisasi dan teknologi informasi serta perkembangan Ilmu Hubungan Internasional itu sendiri yang membuat arah diplomasi tradisional bergeser menjadi diplomasi yang lebih modern dan perkembangan tersebut menyebabkan pilihan-pilihan instrumen atau alat Diplomasi menjadi beragam.

Diplomasi merupakan seni dan praktik di dalam bernegosiasi oleh seorang Diplomat yang biasanya mewakili sebuah negara berdaulat yang mengedepankan kepentingan suatu negara dalam berhubungan dengan negara lain atau berhubungan dengan aktor-aktor Hubungan Internasional lainnya yang menjadi salah satu solusi atau jalan keluar di dalam upaya menyelesaikan suatu masalah secara damai. Diplomasi juga merupakan seni dan praktik di dalam melakukan perundingan dan berkaitan dengan kegiatan kerja sama antara negara berdaulat yang saling menguntungkan tanpa menimbulkan permusuhan dan tidak ada pihak yang dirugikan.

Diplomasi ini mencakup seluruh proses Hubungan Luar Negeri, seperti pembentukan kebijakan luar negeri dan terkait pelaksanaannya. Selain itu, proses interaktif yang dilakukan antara negara berdaulat di dalam Diplomasi bertujuan untuk membentuk dan menjalankan Politik Luar Negeri masing-masing negara. Diplomasi dan Politik Luar Negeri memiliki hubungan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan. Hal ini, karena Diplomasi adalah proses pelaksanaan dari Politik Luar Negeri. Sedangkan Politik Luar Negeri itu sendiri adalah isi pokok yang terkandung di dalam mekanisme pelaksanaan dari kebijakan luar negeri yang dimiliki oleh suatu negara. Oleh karena itu, baik Diplomasi dan Politik Luar Negeri saling berkaitan dan mendukung satu sama lain.

Begitu juga, Diplomasi dan Politik Internasional memiliki hubungan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan. Hal ini, karena Diplomasi dan Politik Internasional biasanya saling berkaitan dan mendukung satu sama lain dalam berbagai bidang, seperti bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, hukum, pertahanan keamanan, perpindahan penduduk (imigrasi dan emigrasi), terorisme, kesehatan, hak asasi manusia, pariwisata, dan olahraga (pertandingan-pertandingan internasional), seperti Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* serta termasuk kajian mengenai kondisi-kondisi relevan yang mengitari interaksi antara negara berdaulat tersebut yang dapat diselenggarakan dalam pertemuan khusus atau konferensi umum.

Diplomasi tradisional lebih cenderung kepada *State-Based Activity* yang hanya melibatkan peran aktor-aktor negara *(State Actors)* dan memiliki agenda yang berorientasikan *High Politics,* seperti isu perang, pertahanan keamanan, perjanjian perdamaian, batas-batas negara, dan kedaulatan negara. Hal inilah yang membuat diplomasi tradisional juga sering disebut dengan “*First-Track Diplomacy”*. Sedangkan diplomasi modern lebih bersifat terbuka pada publik dalam melaksanakan aktivitas diplomasinya yang melibatkan peran aktor-aktor negara *(State Actors)* dan aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors).* Diplomasi modern memiliki agenda yang berorientasikan *High Politics* dan Low Politics, seperti isu ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, terorisme, kesehatan, hak asasi manusia, pariwisata, dan olahraga (pertandingan-pertandingan internasional) yang juga menjadi fokus dan perhatian dari diplomasi modern itu sendiri, seperti di dalam penelitian ini mengenai *“DIPLOMASI PUBLIK RUSIA MELALUI PENYELENGGARAAN PIALA DUNIA FIFA (FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION) 2018 RUSIA DALAM MENINGKATKAN NATION BRANDING RUSIA”.* Hal inilah yang membuat diplomasi modern juga sering disebut dengan “*Second-Track Diplomacy”*. Selain itu, *Second-Track Diplomacy* juga dikenal dengan istilah “*Diplomasi Publik”*.

Diplomasi modern *(Second-Track Diplomacy* juga dikenal dengan istilah *Diplomasi Publik)* ini menunjukan perubahan dan peningkatan peran yang sangat berarti terhadap Hubungan Internasional, seiring dengan bertambah kompleksnya isu-isu (masalah) dalam Hubungan Internasional. Hubungan Internasional pun tidak lagi semata-mata dipandang sebagai hubungan antar negara saja, namun juga meliputi hubungan antar masyarakat internasional (Joseph S. Nye, 2011, hal. 105). Dengan demikian, diplomasi tradisional (*First-Track Diplomacy)* yang hanya melibatkan peran pemerintah dalam melaksanakan aktivitas (misi) diplomasinya, tentu saja tidak akan efektif dalam rangka menyampaikan pesan-pesan atau tujuan diplomasinya terhadap suatu negara (Joseph S. Nye, 2011, hal. 105).

*Diplomasi Publik* menurut **Dean Edmund Gullion** (Edmund Gullion, 1965) dari The Fletcher School of Law Diplomacy, Tufts University, United States of America, pada tahun 1965, menyatakan bahwa:

**“Dengan *Diplomasi Publik* kita memahami cara-cara pemerintah, kelompok swasta, dan individu mempengaruhi sikap dan pendapat orang lain atau pemerintah dengan cara, seperti mempunyai pengaruh pada keputusan kebijakan luar negeri mereka.”**

*Diplomasi Publik* bisa digunakan untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara melalui *Understanding, Informing, and Influencing Foreign Audiences*. Jika proses “*First-Track Diplomacy”* dikembangkan melalui mekanisme *Government to Government Relations*, maka *Diplomasi Publik* lebih ditekankan pada *Government to People (Public)* *Relations* dan bahkan bisa menjadi *People (Public) to People Relations*, atau biasa disebut dengan *“Second-Track Diplomacy”* yang didefinisikan sebagai upaya diplomasi yang dilakukan oleh elemen-elemen *Non-Government* secaratidak resmi *(Unofficial)*, dalam hal ini FIFA *(Fédération Internationale de Football Association)* yang merupakan Federasi Sepak Bola Internasional yang membuat kompetisi Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* yang termasuk ke dalam Organisasi Internasional *(International Organizations* atau *IOs)*,dalam hal ini merupakan Organisasi Internasional Non-Pemerintah *(International Non Governmental Organizations* atau *INGOs)*.

Dalam hal ini, *Second-Track Diplomacy* bukan berarti bertindak sebagai pengganti *First-Track Diplomacy*, akan tetapi turut membantu dengan membuka jalan bagi aktor-aktor negara *(State Actors)*, dalam hal ini antar pemerintah dalam kegiatan bernegosiasi agar berjalan baik dan lancar serta memberikan informasi-informasi penting terhadap cara pandang yang berbeda dalam suatu masalah. Pemerintah maupun publik sepenuhnya memanfaatkan keahlian, pengalaman, dan sumber daya yang dimiliki untuk bekerjasama dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Hal ini dikarenakan aktor-aktor negara *(State Actors)*, dalam hal ini antar pemerintah memiliki karakteristik aktivitas yang berbasis kekuasaan dan interaksi yang bersifat kaku, sehingga perlu diimbangi dengan upaya-upaya yang lebih fleksibel.

Mark Leonard adalah seorang ilmuwan politik Inggris (penasihat kebijakan luar negeri Inggris) dan seorang penulis. Dia merupakan Direktur Dewan Eropa untuk Hubungan Luar Negeri atau *European Council on Foreign Relations (ECFR)* yang ia dirikan pada tahun 2007. Pengertian *Diplomasi Publik* menurut **Mark Leonard** (Leonard, 2002) di dalam bukunya yang berjudul *Public Diplomacy*, menyatakan bahwa:

**“*Diplomasi Publik* merupakan barang publik dalam membentuk citra dan reputasi untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk terlaksananya kepentingan suatu negara. *Diplomasi Publik* tidak hanya sebatas pada penyampaian pesan satu arah atau propaganda, akan tetapi melebihi hal tersebut, dikarenakan *Diplomasi Publik* melibatkan pembangunan hubungan dengan memahami kebutuhan negara lain beserta kebudayaan dan masyarakatnya, mengkomunikasikan sudut pandang kita dan mengoreksi mispersepsi yang ada.”**

Mark Leonard menilai bahwa terdapat empat tujuan yang dapat dicapai dengan adanya *Diplomasi Publik* ini. *Pertama*, meningkatkan rasa kekeluargaan dengan negara lain, dengan cara membuat mereka memikirkan atau untuk peduli dengan negara lain dan memiliki citra yang baik terhadap suatu negara. *Kedua*, meningkatkan penghargaan masyarakat kepada negara tertentu, seperti mempunyai persepsi atau penilaian yang positif. *Ketiga*, mempererat hubungan dengan masyarakat di suatu negara, contohnya dengan cara pendidikan ke dalam kerja sama ilmiah, meyakinkan masyarakat di suatu negara untuk mendatangi tempat-tempat wisata, menjadi konsumen produk buatan lokal, dan memberi pengetahuan mengenai nilai-nilai yang dijunjung oleh para aktor. *Keempat*, mempengaruhi masyarakat di negara lain untuk berinvestasi dan menjadi partner dalam hubungan politik (Leonard, 2002, hal. 9).

Di dalam implementasinya, **Mark Leonard** menjelaskan bahwa *Diplomasi Publik* terbagi ke dalam tiga dimensi atau bentuk yang harus diupayakan untuk mencapai keberhasilan di dalam *Diplomasi Publik* yang dijalankan. Tiga dimensi atau bentuk di dalam *Diplomasi Publik* tersebut, yaitu Manajemen Berita *(News Management)*, Komunikasi Strategis *(Strategic Communication)*, dan Pembangunan Hubungan *(Relationship Building)* (Leonard, 2002, hal. 11).

1. **Manajemen Berita *(News Management)***

Di dalam era globalisasi saat ini, kita dapat melihat dan merasakan secara langsung dampak yang dihasilkan oleh proses globalisasi tersebut, salah satunya adalah penyebaran informasi yang begitu cepat dan tanpa batas. Dengan demikian dapat kita katakan bahwa penggunaan media sebagai penyebar informasi menjadi hal yang sangat penting sebagai media di dalam *Diplomasi Publik*. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memudahkan adanya Manajemen Berita *(News Management)*. Oleh karena itu, pemerintah sebagai aktor yang menjalankan diplomasi berupaya untuk melakukan Manajemen Berita melalui media yang dilakukan setiap hari atau setiap minggu, dikarenakan adanya perkembangan isu-isu domestik. Pemerintah melakukan manajemen dengan memanfaatkan berbagai media, baik offline maupun online. Manajemen Berita dilakukan pemerintah dengan memberikan konten berita sesuai dengan kepentingan nasional (Leonard, 2002, hal. 12-13).

1. **Komunikasi Strategis *(Strategic Communication)***

Komunikasi Strategis *(Strategic Communication)*dapat dikatakan sebagai suatu bentuk kampanye politik dengan mengatur pesan apa yang ingin disampaikan dan merencanakan aktifitas untuk mendukung kampanye tersebut. Aktifitas ini, ditujukan lebih kepada publik, seperti individu, organisasi non-pemerintah, dan perusahaan. Komunikasi Strategis dilakukan dalam jangka waktu hitungan bulan yang bertujuan untuk membentuk persepsi suatu negara secara keseluruhan dengan tidak membedakan institusi dalam melaksanakan tanggung jawabnya terhadap berbagai macam bidang, seperti bidang politik, perdagangan, pariwisata, investasi, dan hubungan budaya. Persepsi mengenai negara ini akan terlihat dengan jelas dalam bidang ekonomi, di mana sebagai sebuah produk maupun lingkungan investasi dan tujuan pariwisata menjadi mirip, karena keduanya melihat pentingnya lingkungan atau kondisi suatu negara, seperti aman atau tidaknya negara tersebut, bagaimana budaya serta nilai-nilai yang berlaku di dalam masyarakatnya (Leonard, 2002, hal. 14-15).

1. **Pembangunan Hubungan *(Relationship Building)***

Dimensi ini merupakan dimensi yang membutuhkan jangka waktu yang lama, yaitu tahunan. Hal ini disebabkan oleh upaya Pembangunan Hubungan *(Relationship Building)*dengan individu melalui beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi, dan membangun jaringan nyata maupun virtual serta memberikan akses masyarakat terhadap saluran media. Pembangunan Hubungan ini bertujuan untuk menciptakan analisis bersama atas suatu isu dengan pemikiran yang sama dengan apa yang diinginkan oleh negara yang melaksanakan *Diplomasi Publik*. Dalam hal ini, individu lebih memahami kekurangan dan kelebihan suatu negara dan memahami alasan atas tindakan penanganan suatu isu dari sudut pandang negara tersebut (Leonard, 2002, hal. 18).

Berdasarkan pada *Diplomasi Publik* yang telah dijelaskan di atas, maka di dalam penelitian ini mengenai *“DIPLOMASI PUBLIK RUSIA MELALUI PENYELENGGARAAN PIALA DUNIA FIFA (FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION) 2018 RUSIA DALAM MENINGKATKAN NATION BRANDING RUSIA”* harus diupayakan untuk mencapai keberhasilan di dalam *Diplomasi Publik* yang dijalankan dengan menggunakan tiga dimensi atau bentuk *Diplomasi Publik* menurut Mark Leonard yang sesuai dan berhubungan dengan judul (tema) penelitian ini. Tiga dimensi atau bentuk di dalam *Diplomasi Publik* tersebut, yaitu Manajemen Berita *(News Management)*, Komunikasi Strategis *(Strategic Communication)*, dan Pembangunan Hubungan *(Relationship Building)* (Leonard, 2002, hal. 11).

Tiga dimensi atau bentuk di dalam *Diplomasi Publik* ini, dilakukan dengan Kerja Sama Internasional antara Rusia dan FIFA (*Fédération Internationale de Football Association)* yang merupakan kerja sama antara aktor-aktor negara *(State Actors)* dan aktor-aktor non-negara *(Non-State Actors)*. Negara Rusia yang merupakan aktor negara sebagai tuan rumah Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 *(FIFA WORLD CUP RUSSIA 2018)*. Rusia melalui lembaga dan badan atau organisasi pemerintah dalam bidang olahraga, yakni Kementerian Olahraga Rusia dan Uni Sepak Bola Rusia saling bekerja sama dengan aktor yang bukan negara, dalam hal ini FIFA yang merupakan Federasi Sepak Bola Internasional yang membuat kompetisi Piala Dunia FIFA *(FIFA WORLD CUP)* yang termasuk ke dalam Organisasi Internasional *(International Organizations* atau *IOs)*,dalam hal ini merupakan Organisasi Internasional Non-Pemerintah *(International Non Governmental Organizations* atau *INGOs)*. Kerja Sama Internasional yang dilakukan oleh Rusia dan FIFA *(Fédération Internationale de Football Association)* bertujuan untuk saling memenuhi dan mencapai kepentingannya yang harus didapatkan dan diwujudkan, sehingga bermanfaat dan berdampak positif serta memiliki pengaruh besar bagi masing-masing aktor di dalam tatanan Hubungan Internasional. Salah satunya berdampak kepada perkembangan, peningkatan, dan penguatan *Nation Branding* (pencitraan) Rusia di mata dunia internasional jika dilakukan dengan baik dan benar.

Konsep *Nation Branding* bukanlah sebuah konsep baru dan juga bukanlah sebuah konsep lama yang sudah ada sejak dahulu. Konsep *Nation Branding* pertama kali dikemukakan oleh Simon Anholt pada tahun 1996 untuk membantu negara-negara di dunia membentuk strategi, kebijakan, inovasi, dan investasinya di dalam Hubungan Internasional. Pengertian *Nation Branding* menurut **Simon Anholt** (Anholt, 2002, hal. 10-59)di dalam bukunya yang berjudul *Nation Branding*: A Continuing Theme, menyatakan bahwa:

**“*Nation Branding* merupakan akumulasi hasil keseluruhan persepsi masyarakat internasional dan strategi yang dibentuk oleh negara untuk membentuk citra negara yang positif agar dapat meraih keuntungan dan memenuhi kepentingan nasionalnya.”**

Keberhasilan *Nation Branding* menurut Simon Anholt dapat dievaluasi dengan The Nation Brand Hexagon. Berikut penjelasan The Nation Brand Hexagon yang terdiri dari 6 dimensi ideal sebagai faktor pembangunnya, yaitu: Pariwisata, Masyarakat, Ekspor, Kultur dan Warisan Budaya, Pemerintahan serta Investasi dan Imigrasi (Anholt, 2007, hal. 26). Dimensi-dimensi ini digambarkan dalam segi enam The Nation Brand Hexagon sebagai berikut:



Gambar 1: The Nation Brand Hexagon oleh Simon Anholt (2000)

(Sumber: Simon Anholt-Nation Brand IndexSM)

* 1. **Dimensi Pariwisata**

Kemampuan negara dalam mengelola, mengemas, dan mempromosikan sektor pariwisata. Dimensi ini dibangun oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti: quality of tourism infrastructure, attractiveness of natural assests, quality of air transport infrastructure, dan visa requirement.

* 1. **Dimensi Masyarakat**

Kemampuan negara untuk meningkatkan dan menjaga kualitas masyarakat. Masyarakat yang berkualitas akan berdampak pada persepsi masyarakat internasional mengenai skills, abilities, value, culture, dan behaviour dari sumber daya manusianya. Dimensi ini dibangun oleh quality of human resources.

* 1. **Dimensi Ekspor**

Kemampuan negara dalam mengemas produk ekspor akan mempengaruhi nilai jual dan besarnya kuantitas permintaan atas barang tersebut. Dimensi ini dibangun oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti: local supplier quality, production process sophistication, dan value chain breadth.

* 1. **Dimensi Kultur dan Warisan Budaya**

Kemampuan negara dalam menjaga, mengelola, dan mengembangkan sektor industri kreatif. Dimensi ini dibangun oleh industry innovation.

* 1. **Dimensi Pemerintahan**

Kemampuan negara dalam menjaga dan menunjukkan kualitas tata kelola pemerintahan dan keadilan hukum bagi para penduduknya. Dimensi ini dibangun oleh dua faktor yang mempengaruhinya, seperti: government effectiveness dan rule of law.

* 1. **Dimensi Investasi dan Imigrasi**

Kemampuan negara dalam mengelola dan menjaga lingkungan investasi dan imigrasi di negaranya. Dimensi ini dibangun oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti: market size, bussiness impact on FDI, dan quality of overall infratstructure serta rule of law.

Dimensi-dimensi di atas akan berpotensi dalam menentukan arah *Nation Branding* negara yang akan membawa pengaruh positif bagi perbaikan, pembentukan citra, dan pengembangan suatu negara. Keuntungan ini juga merupakan kesempatan bagi negara untuk membangun perekonomiannya.

Pengertian *Nation Branding* menurut **Lee Dong-Hun** (Dong-Hun, 2010)di dalam bukunya yang berjudul *Nation Branding* Korea, menyatakan bahwa:

**“*Nation Branding* merupakan sebuah konsep yang diadopsi dari prinsip-prinsip pemasaran, yang menilai cara sebuah negara dipandang oleh negara-negara lainnya. Konsep ini menunjukkan citra dari suatu negara dan tingkat kepercayaan di dunia serta dalam *Nation Branding* terdapat aspek pemberian merek dan penerapan teknik komunikasi pemasaran untuk mempromosikan citra suatu negara.”**

Berdasarkan pengertian *Nation Branding* menurut pendapat para ahli diatas, *“DIPLOMASI PUBLIK RUSIA MELALUI PENYELENGGARAAN PIALA DUNIA FIFA (FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION) 2018 RUSIA DALAM MENINGKATKAN NATION BRANDING RUSIA”* harus menggunakanstrategi yang dibentuk oleh Rusia untuk membentuk *Nation Branding* (pencitraan) Rusia yang positif agar dapat meraih keuntungan dan memenuhi kepentingan nasionalnya dengan pemberian merek dan penerapan teknik komunikasi untuk mempromosikan citra negaranya terhadap masyarakat internasional. Hal ini menjadi alat bagi Rusia yang sangat penting untuk memposisikan dan mengamankan negaranya dalam tatanan Hubungan Internasional. Hal inilah kenapa *Diplomasi Publik* Rusia merupakan salah satu instrumen atau alat dari *Soft Power*, dikarenakan *Soft Power* merupakan hal etnosentris yang di dalamnya terdapat sebuah interaksi antara attractiveness dan kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi masyarakat internasional atau negara lain di dalam Hubungan Internasional.

1. **Preposisi/Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan Kerangka Teoritis atau Kerangka Konseptual yang telah dijelaskan di atas, maka penulis mengajukan Preposisi atau Hipotesis Penelitian sebagai berikut:

***“Diplomasi Publik Rusia melalui Manajemen Berita, Komunikasi Strategis, dan Pembangunan Hubungan di dalam Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia yang memberikan dampak positif bagi peningkatan Nation Branding Rusia di mata dunia internasional yang ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Rusia”.***

1. **Verifikasi Variabel dan Indikator**

Verifikasi Variabel dan Indikator dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel dalam Hipotesis (Teoritik)** | **Indikator**  **(Empirik)** | **Verifikasi**  **(Analisis)** |
| **Variabel Bebas:**  “Diplomasi Publik Rusia melalui Manajemen Berita, Komunikasi Strategis, dan Pembangunan Hubungan di dalam Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia | 1. Adanya Bentuk Manajemen Berita, Komunikasi Strategis, dan Pembangunan Hubungan | 1. Manajemen Berita *(News Management)* melalui *International Broadcast Centre (IBC)*, Agar Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia bisa ditonton atau disaksikan oleh masyarakat dunia melalui siarannya.   (Sumber: https://www.fifa.com/worldcup/news/2018-fifa-world-cup-russiatm-international-broadcast-centre-opened-in-moscow)   1. Komunikasi Strategis *(Strategic Communication)* melalui Slogan, Emblem atau Logo, Maskot, Poster, The Official Song sebagai suatu bentuk kampanye politik dengan mengatur pesan apa yang ingin disampaikan, seperti mempromosikan Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia dan merencanakan aktifitas untuk mendukung kampanye tersebut.   (Sumber: https://www.fifa.com/worldcup/)   1. Pembangunan Hubungan *(Relationship Building)* melalui *Russia 2018 Local Organising Committee (LOC)* yang merupakan Komite Penyelenggara Lokal 2018 Rusia yang bertanggung jawab atas kegiatan dan perencanaan serta pementasan Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia.   (Sumber: http://welcome2018.com/en/loc/#rec15965634) |
| **Variabel Terikat:**  yang memberikan dampak positif bagi peningkatan Nation Branding Rusia di mata dunia internasional yang ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Rusia”. | 1. Meningkatnya Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Rusia 2. Peningkatan Hunian Hotel dan Apartemen (Penginapan) di Rusia 3. Peningkatan Tempat Wisata di Rusia   4. Opini Publik | 1. Manajer Industri Olahraga Euromonitor Alan Rownan memperkirakan, akan ada peningkatan 1,4% dalam jumlah total kedatangan wisatawan mancanegara ke Rusia, akibat imbas langsung dari Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia.   (Sumber: http://ekonomi.metrotvnews.com/globals/JKRnd65K-rusia-berharap-570-ribu-wisatawan-asing-saat-piala-dunia-2018)   1. Harga Hunian Hotel dan Apartemen (Penginapan) meningkat secara drastis akibat dampak besar dari kedatangan suporter atau wisatawan mancanegara ke Rusia.   (Sumber: https://sport.detik.com/sepakbola/serba-serbi/4108132/menampung-suporter-meraup-untung-besar)   1. Salah satu industri yang terkena dampak besar dari kedatangan suporter atau wisatawan mancanegara ke Rusia adalah Tempat Wisata, khususnya yang berada di Kota Sochi.   (Sumber: https://pialadunia.tempo.co/read/1087811/piala-dunia-2018-sochi-kota-resort-pantai-yang-indah-di-rusia)  4. Suporter dan wisatawan mancanegara menilai bahwa Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia merupakan Penyelenggaraan Piala Dunia terbaik sepanjang pergelarannya.  (Sumber: https://www.wartaekonomi.co.id/read187456/piala-dunia-2018-ubah-persepsi-terhadap-rusia.html) |

Tabel 1: Verifikasi Variabel dan Indikator

1. **Skema dan Alur Penelitian**

Diplomasi Publik Rusia

Manajemen Berita

Komunikasi Strategis

Pembangunan Hubungan

Penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2018 Rusia

-Meningkatnya Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Rusia

-Peningkatan Hunian Hotel dan Apartemen (Penginapan) di Rusia.

-Peningkatan Tempat Wisata di Rusia

-Opini Publik yang Positif

Peningkatan *Nation Branding* Rusia