

DIPLOMASI PUBLIK BELANDA TERHADAP INDONESIA DENGAN INSTRUMEN SEPAKBOLA MELALUI PROGRAM ORANJE INDONESIA

Abdul Aziz Lutfi Akbar¹

1. Program Studi Magister Hubungan Internasional Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Indonesia

ABSTRACT

The evolving dynamics of security and geopolitics in the Asia-Pacific region have become a key factor contributing to regional instability, with the rivalry between the United States and China emerging as one of the most significant security issues in the area. In this context, the United States has pursued defense cooperation as one of its key strategic approaches in the region, with Indonesia becoming a significant partner in this effort. This study aims to analyze the national interests of the United States in enhancing defense cooperation with Indonesia, particularly following the signing of the Defence Cooperation Arrangement (DCA) in 2023, which serves as an updated foundation for bilateral defense collaboration. This research employs a qualitative descriptive approach, with data collected through literature reviews. Neorealism serves as the theoretical framework for addressing the study's core issues, with national interest as the primary concept. The findings show that the United States holds several key interests in the region. First, to counter China's expansion in the area and to restore the legitimacy of U.S. influence. Second, to reaffirm the reliability of U.S. defense systems and equipment, which has implications for the defense industry and economic growth.

Keywords: Asia-Pacific, Defense Cooperation, National Interest, Geopolitics

ABSTRAK

Perkembangan dinamika keamanan dan geopolitik di kawasan Asia Pasifik menjadi salah satu kondisi yang menyebabkan instabilitas di kawasan, yang mana rivalitas di antara Amerika Serikat dan Tiongkok menjadi salah satu isu keamanan yang paling berpengaruh di kawasan tersebut. Pada kondisi ini Amerika Serikat melakukan kerja sama pertahanan sebagai salah satu strategi pertahanan mereka di kawasan, yang mana dalam kondisi ini Indonesia menjadi salah satu mitra strategis yang dimiliki oleh Amerika Serikat di kawasan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa kepentingan nasional yang dimiliki oleh Amerika Serikat dalam peningkatan kerja sama pertahanan dengan Indonesia, yang mana pada tahun 2023 kedua negara menandatangani Defence Cooperation Arrangement (DCA) sebagai pembaruan dari landasan kerja sama pertahanan kedua negara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik studi kepustakaan. Neorealisme digunakan sebagai teori untuk membahas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, kepentingan nasional menjadi konsep utama dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Amerika Serikat memiliki beberapa kepentingan di kawasan. Pertama, melakukan reounter terhadap ekspansi Tiongkok di kawasan untuk mengembalikan legitimasi terhadap pengaruh mereka di kawasan. Kedua, meyakinkan kembali kualitas alat dan sistem pertahanan Amerika Serikat yang berdampak pada industri pertahanan dan peningkatan perekonomian.

Kata Kunci: Asia Pasifik, Kerja Sama Pertahanan, Kepentingan Nasional, Geopolitik

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 Piala Dunia (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.

Di Belanda sepakbola adalah olahraga paling populer. Sepak bola diperkenalkan ke Belanda oleh Pim Mulier pada abad ke-19 ketika pada tahun 1879, di usia 14 tahun dia mendirikan Haarlemsche Football Club. Selama 30 tahun, sepakbola mendapatkan popularitas di Belanda pada akhir 1890-an dan awal tahun 1900-an dengan banyaknya bermunculan klub baru, terutama Sparta Rotterdam pada tahun 1888, Amsterdamsche Football Club Ajax pada tahun 1900, Feyenoord Rotterdam pada tahun 1908 dan PSV Eindhoven pada tahun 1913.

Belanda dapat menggunakan sepakbola sebagai salah satu sarana mereka dalam mendekatkan diri dengan negara-negara Asia termasuk Indonesia. 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 Belanda sebagai sarana untuk mereka melakukan promosi dan melakukan kerjasama di Indonesia.

Penelitian menunjukkan ada basis penggemar Belanda yang besar di Indonesia. Ada beberapa alasan untuk fanbase ini: sejarah hubungan antara Belanda dan Indonesia, mantan pemain Oranje yang berasal dari Indonesia (Giovanni van Bronckhorst, John Heitinga, Danny Landzaat) dan cara Belanda bermain. Karena Indonesia telah menunjukkan dukungannya selama bertahun-tahun, KNVB memberikan sesuatu kepada para penggemar Belanda di Indonesia dan memasukkan mereka ke dalam strategi (penggemar) internasional baru mereka.

Bisa kita lihat dengan jelas bagaimana keseriusan negara Belanda 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 Belanda. Nilai dalam olahraga dapat berpengaruh dan diterapkan dalam hubungan negara seperti kepercayaan antar negara satu dengan lainnya dan bersatunya seluruh masyarakat tanpa hambatan.

Dengan menggunakan soft power yang ada pada Belanda, maka dapat semakin mempertegas bahwa kehadiran negara Belanda itu nyata dan mampu berkontribusi di dunia. Seperti ketika Belanda menjalin kerjasama dengan live streamer dan memberikan hak siar penuh Liga Sepakbola Belanda. Dapat membuat semua mata dunia dapat menyaksikan tayangan sepakbola Belanda dari segala penjuru dunia, itu sama saja dengan memperkenalkan negara Belanda kepada negara lain dengan mudah. Ini akan menyebabkan hubungan people to people yang akan menciptakan promosi mengenai keadaan negara Belanda.

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 Belanda dalam mendekati diri mereka terhadap Indonesia. Yang dimana terdapat banyak Diaspora Belanda yang berperan dalam menjalankan diplomasi publik itu melalui program Oranje Indonesia. Maka penelitian ini mengambil judul, Diplomasi Publik Belanda terhadap Indonesia dengan Instrumen Sepakbola melalui Program Oranje Indonesia.

KERANGKA ANALITIK

Konstruktivisme

Dalam sejarahnya teori konstruktivisme pertama kali diperkenalkan oleh Nicholas Onuf pada 1989. Pandangan Onuf tentang konstruktivisme ini kemudian dikembangkan oleh Alexander Wendt pada 1992 melalui artikelnya yang berjudul “*Anarchy is What States Make Of It*”.¹ Pandangan ini sendiri lahir karena teori-teori hubungan internasional yang ada selama ini dirasa belum mampu untuk menjelaskan dinamika yang ada dalam dunia internasional. Konstruktivisme secara ontologis menganggap bahwa gagasan ataupun karakteristik individu mempengaruhi tindakan dan perannya dalam kegiatan hubungan internasional. Kaum konstruktivis memiliki pemikiran kunci dimana dunia sosial termasuk hubungan internasional di dalamnya merupakan suatu konstruksi manusia yang merupakan hasil dari interaksi faktor-faktor material dan gagasan. Namun Wendt dalam argumennya mengatakan bahwa gagasan lebih penting dari materi, hal ini dikarenakan kaum konstruktivis percaya bahwa bentuk hubungan internasional tidak hanya ditentukan oleh aspek material tapi juga dipengaruhi oleh bagaimana aktor tersebut mengidentifikasikan dirinya dan juga orang lain.²

Terdapat beberapa asumsi dasar dari para ahli dan pemikir Konstruktivisme. Asumsi pertama adalah mereka beranggapan bahwa dunia sosial bukan merupakan suatu hal yang *given* atau diberikan begitu saja seperti tata surya, melainkan ada sebuah konstruksi yang dilakukan oleh negara atau individu di dalamnya. Kedua, identitas dianggap sebagai hal yang sangat penting oleh kaum konstruktivis. Identitas tersebut juga tidak lahir dengan sendirinya melainkan melalui suatu proses konstruksi antara norma dan kultur yang terjadi dalam suatu negara. Ketiga, kaum konstruktivis percaya bahwa proses dan konstruksi yang ada dalam hubungan internasional bersifat *continue* dan tidak stagnan.³ Selain itu, kaum konstruktivis juga percaya bahwa ada 3 konsep yang mempengaruhi manusia dalam hubungan internasional, yaitu; norma; bahasa; dan identitas yang menjadi fokus kajian dari Wendt.

Alexander Wendt dalam artikelnya yang berjudul “*Anarchy is what States Make of it*” menjelaskan melalui perspektif *shared identity* yang fokus pembahasannya adalah wacana sosial dan pengaruh dari komunikasi aktor dalam hubungan internasional, yang terjadi melalui isi dan pengaruh dari interaksi pertukaran ide dan komunikasi yang dilakukan aktor

¹ Noviawati Lesmana, 2016, “*Perspektif Konstruktivisme dalam Hubungan Internasional*”, diakses dari http://noviawati-lesmana-fisip15.web.unair.ac.id/artikel_detail-161192-SOH201%20%20Teori%20Hubungan%20Internasional-Perspektif%20Konstruktivisme%20dalam%20Hubungan%20Internasional.html, pada 25 Januari 2024.

² Robert Jackson dan Georg Sorensen, “*Pengantar Studi Hubungan Internasional*” (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005) hlm. 307

³ Noviawati Lesmana, Loc. Cit.

tersebut. Wendt juga mengungkapkan ada 3 elemen dari struktur dan sistem sosial yaitu kondisi kepentingan, material, dan ide-ide. Selain itu Wendt menekankan bahwa aktor-aktor internasional menggunakan ide-ide untuk mengkonstruksi suatu hubungan dan realitas material, maka ide-ide ini kemudian mengawali negosiasi dan menginterpretasikan sejarah untuk menentukan apakah hubungan tersebut akan bersifat konfliktual atau *cooperative*.⁴

Dalam kegiatan hubungan internasional, kaum konstruktivis beranggapan bahwa identitas dari suatu negara adalah hal yang sangat penting. Dikarenakan identitas tersebut terbentuk dari adanya interaksi material dan gagasan, maka aktor negara kemudian bisa membangun identitas negaranya dengan menampilkan *image* terbaik negaranya dalam berinteraksi dengan negara lain. Hal tersebut bisa direalisasikan melalui kegiatan-kegiatan *nation branding* dan diplomasi publik seperti yang Belanda lakukan di Indonesia.

Diplomasi

Diplomasi adalah sebuah cara dan proses suatu negara dengan tujuan untuk mencapai kepentingan negara satu dengan negara yang lain dengan didorong oleh instrumen-instrumen yang mendukung proses tersebut. Sederhananya konsep diplomasi didefinisikan sebagai sebuah proses negosiasi antara dua pihak, yang sama-sama memperjuangkan kepentingannya masing-masing. Oleh karena itu diplomasi merupakan alat utama dan instrumen yang sangat penting bagi negara untuk mengejar kepentingan nasionalnya. Karena faktor tersebutlah agar hubungan bilateral suatu negara terjalin lancar dan dapat dikembangkan ke hubungan selanjutnya, diplomasi telah diimplementasikan sejak tingkat paling awal dalam hubungan antar negara.⁵

Diplomasi umumnya digunakan sebagai cara untuk menyelesaikan suatu masalah dengan damai. Tetapi dikarenakan tujuan dari diplomasi juga meliputi manajemen perubahan dan pemeliharaan hubungan melalui persuasi yang bersifat *continue* di tengah perubahan yang sedang berlangsung, diplomasi dapat juga dilakukan dalam kondisi konflik bersenjata atau peperangan.⁶

Dalam praktiknya, proses diplomasi dapat mencakup seluruh proses hubungan luar negeri baik pembentukan kebijakannya maupun pelaksanaannya. Praktik diplomasi sendiri biasa dilakukan melalui perundingan antar negara melalui perwakilan resminya yang biasa disebut dengan diplomat. Namun dengan seiring berjalannya waktu dan perubahan pada gaya diplomasi modern, diplomasi yang sebelumnya terkesan kaku dan dipraktekkan oleh petinggi negara kini mulai bergeser ke era diplomasi modern yang melibatkan aktor-aktor non negara seperti NGO, pemerintah daerah, maupun individu seperti diaspora. Maka dari itu, peran atau keterlibatan diaspora Belanda dalam kegiatan-kegiatan seperti promosi budaya dan

⁴ Iva Rachmawati, 2012, “*Konstruktivisme sebagai Pendekatan Alternatif dalam Hubungan Internasional*”, Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan Vol. 16 No. 1, diakses dari <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/paradigma/article/view/2456>, pada 11 Januari 2024.

⁵ Skolastika L K, 2017, “*Pengertian Diplomasi dalam Studi Hubungan Internasional*”, diakses dari http://skolastika-l-k-fisip14.web.unair.ac.id/artikel_detail-170478-SOH203_Negosiasi%20dan%20Diplomasi-Pengertian%20Diplomasi%20dalam%20Studi%20Hubungan%20Internasional.html, pada 11 Januari 2024.

⁶ S. L. Roy, “*Diplomasi*”, (Jakarta Utara: PT Raja Grafindo persada, 1995), hlm. 1.

memperkenalkan Sepakbola belanda di Indonesia merupakan contoh dari praktik diplomasi modern.

Diplomasi Publik

Diplomasi publik secara umum dimaknai sebagai cara atau proses pemerintah suatu negara dalam berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan publik luar negeri. Diplomasi publik digunakan oleh negara sebagai alat untuk mempengaruhi pandangan publik terhadap negaranya. Selain itu, tujuan lain dari dilakukannya diplomasi publik adalah untuk memberikan pemahaman mengenai negara, budaya institusi, sikap, maupun kepentingan yang mempengaruhi pengambilan kebijakan yang dilakukan negara. Jan Melissen memaknai diplomasi publik sebagai upaya mempengaruhi individu atau organisasi di luar negaranya melalui cara-cara yang positif dengan tujuan mengubah pandangan individu tersebut terhadap suatu negara. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik biasa digunakan sebagai cara suatu negara untuk mengenalkan kepentingan nasionalnya melalui cara-cara seperti memberikan informasi, pemahaman, dan mempengaruhi *foreign public*.⁷

Berdasar fungsi dan tujuannya tersebut, Diplomasi Publik kemudian menjadi instrumen yang sering digunakan oleh negara untuk mencapai kepentingannya terutama untuk mempengaruhi pandangan publik suatu negara terhadap negaranya. Bahkan diplomasi publik dinyatakan sebagai isu komunikasi politik paling menonjol di abad 21.⁸ Perkembangan diplomasi publik yang merupakan instrumen *soft power* ini didorong oleh gagalnya diplomasi jalur pertama yang dijalankan aktor negara untuk menyelesaikan konflik. Kegagalan tersebutlah yang kemudian memaksa pemerintah untuk meningkatkan bentuk-bentuk diplomasi lain untuk menyelesaikan konflik yang ada salah satunya dengan diplomasi publik.

Dalam praktiknya diplomasi publik memiliki beberapa instrumen, salah satu diantaranya adalah *diaspora public diplomacy*. Sesuai dengan namanya, instrumen ini melibatkan diaspora suatu negara yang menetap di negara lain untuk secara aktif terlibat dalam praktik diplomasi publik melalui kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan negara atau pun dalam kehidupan sehari-hari dari diaspora tersebut. Salah satu instrumen lain dari diplomasi publik adalah *cultural diplomacy*. Instrumen ini digunakan dalam diplomasi publik melalui pertukaran nilai, ide, dan tradisi untuk menumbuhkan pemahaman atas identitas suatu budaya.⁹

Nation Branding

Gambaran atau *image* dari suatu negara akan berpengaruh pada bagaimana cara negara lain memperlakukan negara tersebut. Namun *image* tersebut adalah suatu hal yang subjektif karena berkaitan dengan hal-hal seperti latar belakang, prasangka, ataupun *history*

⁷ Citra Hennida, Loc. Cit.

⁸ Sofia Trisni, Loc. Cit.

⁹ Ratih Indraswari, Yulius Purwadi Hermawan, Loc. Cit.

tertentu dari negara tersebut yang mempengaruhi pandangan individu yang melihatnya¹⁰ Oleh karena itu, negara membutuhkan *nation branding* agar perspektif yang dimiliki negara lain atas negaranya terbentuk menjadi perspektif yang baik dan positif.

Simon Anholt mendefinisikan *nation branding* sebagai proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama atau identitas, yang bertujuan untuk membangun atau mengatur reputasi.¹¹ Simon Anholt juga mengatakan bahwa citra suatu negara merupakan *brand* dari negara tersebut yang kemudian akan meningkatkan identitas kompetitifnya, oleh karena itu citra dari suatu negara akan terbentuk melalui *nation branding*. Selain itu, *nation branding* juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk mempertegas identitas bangsanya, menarik wisatawan dan investor luar negeri, dan meningkatkan kegiatan ekspor dengan cara memperlihatkan citra positif negaranya.¹²

Dalam Proses *nation branding* Simon Anholt juga mempunyai teori “*Anholt Branding Hexagon*” yang berisikan 6 elemen dalam proses membangun citra suatu negara, diantaranya: Ekspor, Kebudayaan dan Tradisi, Pariwisata, Pemerintahan, Investasi, dan Masyarakat.¹³ Dari teori yang dikemukakan Simon Anholt di atas dapat dilihat bahwa kebudayaan, tradisi, dan masyarakat merupakan elemen yang penting dalam upaya *nation branding* suatu negara. Sama halnya dengan Belanda yang dalam melakukan *nation branding* nya di Indonesia, menggunakan instrumen sepakbola yang dilakukan oleh masyarakat atau diasporanya.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian adalah sebuah kerangka kerja atau rencana untuk melakukan studi yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Kegiatan pengumpulan dan analisis data tersebut untuk menggali penyelesaian sebuah permasalahan yang muncul. Rencana perlu dibuat agar pengumpulan data dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien, sehingga penelitian tersebut juga dapat memberikan hasil yang memuaskan bagi peneliti.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deksriptif, dimana metode ini berusaha menganalisa permasalahan yang terjadi dilapangan. Metode ini menggunakan landasan teori sebagai panduan untuk memfokuskan penelitian, serta menonjolkan proses, makna yang terdapat dalam fenomena tersebut, mengumpulkan dan merekap data yang bukan dicatat dalam bentuk angka namun penjelasan

¹⁰ Savitri Aditiani, 2019, “*Diplomasi Publik Prancis Melalui Institut Français Indonésie (IFI) Dalam kerjasama Pendidikan Indonesia-Prancis*”, diakses dari <https://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/year/2020/docId/716>, pada 24 Januari 2024.

¹¹ *Ibid.*

¹² Muhammad Yamin, Ade Kristiawan, 2020, “*Implementasi Konsep Nation Branding Anholt dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta-Palembang 2018*”, *Indonesian Journal of International Relations*, Vol. 4 No. 2, diakses dari https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiWsL2_oOLwAhVQOysKHWRGBIIQFjAJegQIBhAD&url=https%3A%2F%2Fjournal.aihii.or.id%2Findex.php%2Fjijir%2Farticle%2Fdownload%2F122%2F57%2F&usg=AOvVaw25pCDCjF9D3r7fyOqSk1Dc, pada 24 Januari 2024.

¹³ Mugo Mary, Mwencha Peter Misiani, 2017, “*Applying Anholt’s Nation Branding Model: The Case of Kenya*”, *Business and Economics Journal* Vol. 8 Issue 4, diakses dari <https://www.hilarispublisher.com/open-access/applying-anholt-s-national-branding-model-the-case-of-kenya-2151-6219-1000335.pdf>, pada 24 Januari 2024.

sejelas-jelas dan sedalam-dalamnya. Metode penelitian dipilih karena memiliki karakteristik menurut Creswell (2010) dalam bukunya *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* sebagai berikut:

- 1) Topik yang baru dan tidak pernah dibahas, sehingga muncul kebutuhan untuk mendalami dan menjelaskan fenomena serta untuk mengembangkan teori.
- 2) Perlu memahami fenomena ini karena sangat sedikit penelitian yang membahas permasalahan ini, sehingga konsepnya tidak matang karena kurangnya teori dan penelitian terdahulu.
- 3) Tidak mengetahui bagaimana menguji variabel-variabel, dengan pandangan bahwa teori yang sudah ada mungkin tidak tepat, tidak memadai, tidak benar, atau rancu, atau hakekat fenomenanya mungkin tidak cocok dengan ukuran-ukuran kuantitatif.

PEMBAHASAN

Pentingnya Mengkampanyekan Total Football dalam Diplomasi Publik Belanda

Total football adalah taktik yang membawa sepakbola Belanda ke tangga kesuksesan. Menurut *Sportskeeda*, total football adalah permainan ofensif yang menitikberatkan pada pergerakan fleksibel dari setiap pemain sehingga sebuah tim memiliki penguasaan bola lebih banyak ketimbang lawan. Setiap pemain memiliki peran saat membangun serangan dalam total football. Pergerakan dari setiap pemain akan membingungkan lawan sehingga serangan yang dibangun sulit digagalkan. Pergerakan pemain dan penguasaan bola adalah hal utama total football.

Konsep total football pertama kali divisualisasikan oleh mantan manajer Ajax Amsterdam era 1920-an, Jack Reynolds. Jack Reynolds membangun tim dengan agresivitas tinggi dan dominan dalam penguasaan bola. Reynolds memimpin Ajax untuk meraih banyak trofi domestik Belanda. Lalu, konsep total football Jack Reynolds dikembangkan oleh Rinus Michels.

Rinus Michels menjadikan total football sebagai taktik utama dalam permainan setiap tim yang dilatihnya. Sepanjang karier kepelatihannya, Rinus Michels pernah melatih klub-klub besar, seperti Ajax dan Barcelona. Selain itu, Rinus Michels juga pernah memimpin Tim Nasional (Timnas) Belanda. Rinus Michels meraih cukup banyak trofi dalam karier kepelatihannya. Akan tetapi, jasa terbesar Rinus Michels adalah membawa Timnas Belanda meraih satu-satunya trofi internasional mereka dengan menjuarai Piala Eropa 1988. Selain itu, Timnas Belanda era Rinus Michels juga menjadi runner-up Piala Dunia 1974.

Konsep total football disempurnakan oleh salah satu pemain asuhan Rinus Michels di Ajax, Barcelona, dan Timnas Belanda, yaitu Johan Cruyff. Cruyff meraih banyak trofi saat bermain untuk Rinus Michels. Selain trofi, Cruyff pun menyerap taktik andalan sang mentor. Cruyff menyempurnakan konsep total football ketika terjun ke dunia kepelatihan. Legenda sepakbola Belanda itu meraih berbagai trofi bergengsi saat menukangi Ajax dan Barcelona. Total football adalah cikal bakal dari tiki-taka Barcelona era Josep Guardiola. Era Guardiola di Barcelona berbuah 14 trofi bergengsi. Selain di Barcelona, tiki-taka juga menjadi taktik utama di Timnas Spanyol saat menjuarai Piala Dunia 2010 dan Piala Eropa 2012. Tiki-taka masih menjadi salah satu taktik populer saat ini. Tanpa ada total football yang lahir di Belanda,

tiki-taka tidak akan dikenal seperti sekarang. Total football telah menjadi identitas bukan hanya saja bagi tim nasional sepak bola Belanda, tetapi juga telah menjadi identitas nasional Belanda yang sangat positif. Ini menjadi salah satu nilai yang penting untuk dikampanyekan.

Diplomasi Publik dan Peran Diaspora

Secara umum diaspora dimaknai sebagai sekelompok orang yang melakukan perpindahan dari daerah asalnya ke tempat yang baru. Di tempat yang baru tersebut, kelompok ini membentuk sebuah komunitas baru yang berbeda secara identitas dan budaya dengan komunitas lokal (Braziel, 2008), karena mereka masih memiliki ikatan dengan budaya asal mereka (Lahneman, 2005). Oleh karena itu, konsep diaspora sering kali berkaitan dengan konsep lain dalam dua kelompok. Pertama, konsep-konsep yang menandakan hubungan dengan negara asal seperti konsep migrasi, migran, pengungsi, eksil dan kelompok etnis. Kedua, konsep-konsep yang berhubungan dengan keberadaan mereka di tempat baru seperti konsep patriat dan kelompok minoritas.

Kelompok diaspora berusaha untuk mempertahankan identitas dan budaya mereka. Mereka berusaha untuk melestarikan identitas dan budaya mereka melalui transfer pengetahuan kepada generasi berikutnya melalui berbagai kegiatan seperti sekolah, media dan organisasi (Mackerras & Maidment, 1998). Organisasi diaspora memegang peran penting dalam melestarikan identitas dan budaya diaspora, serta sebagai wadah untuk mempertahankan kohesifitas di antara anggota yang memiliki persamaan leluhur atau budaya tertentu. Identitas inilah yang kemudian menjadi penghubung antara kelompok diaspora dengan negara asal melalui kegiatan ekonomi atau budaya (Helly, 2006). Oleh karena itu, identitas membentuk hubungan transnasional, melampaui batas negara, dan pada akhirnya membentuk jaringan diaspora yang biasanya berlandaskan kepada hubungan budaya dan ekonomi.

Thomas Faist membagi diaspora dalam dua kelompok, yaitu diaspora lama dan diaspora baru (Faist, 2010). Perbedaan keduanya didasarkan kepada perbedaan penyebab dan sejarah migrasi. Kelompok diaspora lama bermigrasi karena konflik dan kemudian menjadi pengungsi di daerah baru. Mereka biasanya berkeinginan untuk kembali ke negara asal mereka karena faktor identitas yang kuat, kesulitan beradaptasi di negara baru dan kemungkinan adanya diskriminasi. Sementara itu, diaspora baru bermigrasi karena perdagangan atau pekerjaan. Mereka bermigrasi untuk kepentingan ekonomi, dan sebagian di antara mereka tidak ingin kembali ke negara asal meskipun tetap menjaga hubungan identitas serta relatif mudah beradaptasi dan merasa menjadi bagian dari masyarakat lokal. Meskipun memiliki perbedaan penyebab dan sejarah, namun diaspora lama dan baru memiliki persamaan dalam konteks menjaga hubungan dengan negara asal mereka. Hubungan dengan negara asal ini membentuk jaringan lintas batas negara atau *network society* (Castells, 1997).

Jaringan lintas batas negara ini bisa berkembang dengan sangat luas. Misalnya dilihat dari hubungan Indonesia dan Belanda kedepan yang pada dasarnya dapat saling mempengaruhi antara satu bidang dengan bidang lainnya. Marc Klok berpendapat:

“Banyak dukungan dari dulu untuk Belanda dari Indonesia, itu terlihat di Piala Dunia maupun Piala Eropa. Sebaliknya banyak orang Belanda juga mulai mendukung

Indonesia, ini adalah hubungan yang baik bukan hanya saja untuk sepakbola tetapi juga untuk hubungan ekonomi kedua negara.“

Faktor sejarah menjadi sangat penting untuk melihat peran diaspora. Penerimaan masyarakat Indonesia terhadap diaspora Belanda, sedikit banyak akan dipengaruhi cerita-cerita masa lalu, yang mana sepakbola diharapkan menjadi salah satu katalisatornya. Terkait hal ini Ezra Walian berpendapat:

“Sejak lama banyak orang keturunan Indonesia-Belanda membela Timnas Indonesia dan jumlahnya semakin banyak. Hal ini bisa mendukung sepakbola Indonesia, dan membuat Indonesia semakin terkenal dalam sepakbola. Sangat positif hubungannya karena sejarahnya hubungan Belanda dan Indonesia juga walaupun ada sejarah yang kurang baik, tetapi hubungannya sangat baik.”

Karena melintasi batas negara dan dipengaruhi oleh situasi politik di negara asal dan negara tempat mereka tinggal, *network society* dapat membentuk identitas politik yang akhirnya menyebabkan adanya tumpang tindih dalam identitas diaspora mereka. Contohnya adalah diaspora Belanda di Indonesia yang mungkin memiliki beberapa identitas sekaligus seperti diaspora Kaukasoid (etnis), diaspora Belgia (negara) dan diaspora Barat.

Keberadaan liga sepakbola di Indonesia yang saat ini telah memasuki era liga satu, menjadi jalan masuk banyak diaspora Belanda yang berlatar belakang sebagai atlet sepak bola profesional untuk memulai karirnya di Indonesia, tidak jarang diantara mereka menikah dengan warga negara Indonesia dan menetap di Indonesia hingga merubah status kewarganegaraan mereka. Belum lagi adalah program naturalisasi yang dijalankan oleh PSSI, sejauh ini masih menjadikan Belanda sebagai kiblat utamanya. Belanda memang menjadi negara tujuan favorit program naturalisasi sepak bola Indonesia. Belanda menjadi negara terbanyak penyumbang naturalisasi pemain di Indonesia. Hubungan sejarah keduanya yang erat bisa menjadi penyebabnya. Diketahui, pemerintah kolonialisme Belanda pernah menguasai Indonesia selama lebih dari tiga abad.

Kondisi itu menciptakan banyaknya orang Indonesia yang kemudian menikah dengan orang Belanda. Mereka menghasilkan banyak keturunan, yang cukup banyak di antaranya yang menjadi pesepakbola. Arnol van der Vin disebut sebagai pemain naturalisasi pertama yang pernah dilakukan Timnas Indonesia. Arnold van der Vin adalah pemain yang lahir di Semarang, Jawa Tengah.

Van der Vin mulai mencuat dan diakui sebagai salah satu kiper jempolan Indonesia yang saat ini masih bernama Hindia Belanda. Ia tercatat pernah merumput bersama Excelsior, salah satu klub papan atas di kompetisi khusus etnis Eropa yang ada di Surabaya. Van der Vin juga pernah berkarier di Persija Jakarta. Bergabung bersama Persija Jakarta, prestasi tertinggi kiper satu ini adalah mengantarkan gelar juara perserikatan pada Macan Kemayoran.

Kualitas pemain Belanda yang dapat memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan sepakbola di Indonesia bukan tanpa alasan, Ezra Walian menjelaskan bahwa:

“Apa yang bagus dari Belanda adalah sejak saya muda sudah ada kompetisi yang rutin dilakukan. Itulah kenapa di Belanda banyak pemain bagus, karena di desa-desa fasilitasnya sangat bagus, tetapi di Indonesia tim sepakbola profesional pun belum

tentu memiliki fasilitas yang bagus. Kalau kita lihat Dewa United atau Bali United sudah memulainya dengan baik. Begitu juga dengan Tim Nasional, apa yang dilakukan di Indonesia saat ini sudah bagus.”

Pemerintahan Soekarno sempat mengeluarkan Kebijakan "anti-Belanda" Kebijakan itu membuat Van der Vin tersingkir dari Tanah Air. Ia kemudian pulang kampung ke Belanda dan bergabung dengan Fortuna '54, klub yang kemudian kita kenal dengan nama Fortuna Sittard dimana ini merupakan klub dari Ragnar Oeratomangoen, salah satu striker yang diharapkan menjadi solusi bagi lini depan Timnas Indonesia pasca perfroma yang kurang optimal di Piala Asia 2023.

Tetapi kemudian sejarah kelam ini perlahan mulai terkikis dengan adanya hubungan baik antara kedua negara, salah satunya melalui sepakbola. Hal tersebut disampaikan oleh Marc Klok dalam wawancara berikut:

“Kalau dari Belanda kita punya sejarah di Indonesia yang kurang baik, tetapi dengan waktu banyak orang yang lahir di Belanda dan mereka adalah keturunan Indonesia, karena mungkin hubungan keluarga sejak dulu dan banyak yang tinggal di Belanda. Tapi saat ini jadi terbalik, banyak orang atau anak-anak di Belanda ingin kembali ke Indonesia untuk bermain sepakbola.”

Sepak bola Indonesia pernah beberapa kali mengalami era kelam. Satu di antaranya terjadi pada 2011-2012. Saat itu PSSI terbelah menjadi dua. Konsekuensinya liga dan Timnas Indonesia pun ada dua. Timnas Indonesia yang berlaga di Piala AFF 2012 harus melakukan naturalisasi dadakan terhadap pemain keturunan Belanda. Sebut saja Raphael Maitimo, Tonnie Cusell, dan Jhonny van Beukering. Sayangnya, dua nama terakhir bisa dikatakan sebagai progam naturalisasi yang gagal. Setelah Piala AFF 2012, keduanya tak pernah lagi mencicipi panggilan dari skuad Garuda. Saat ini Timnas Indonesia memiliki beberapa pemain keturunan Belanda. Pemain yang dimaksud adalah Shayne Pattynama, Rafael Struick, Ivar Jenner, Sandy Walsh, Justin Hubner dan Marc Klok. Pemain-Pemain ini memberikan harapan baru untuk pecinta sepak bola Tanah Air.

Diaspora sebagai Aktor Diseminasi Filosofi Sepakbola Belanda

Simon Anholt melalui *Anholt Branding Hexagon*-nya mengemukakan bahwa ada enam aspek yang mempengaruhi dan membentuk persepsi publik internasional terhadap suatu negara dimana salah satu aspeknya adalah kebudayaan dan warisan budaya yang dalam penelitian ini lebih dikhususkan dalam konteks sepak bola yang tidak hanya saja dimaknai sebagai olahraga tetapi juga kebudayaan dan warisan budaya. Aspek ini sejalan dengan upaya diplomasi publik Belanda di Indonesia yang seringkali mengandalkan aspek sepak bola dalam berbagai kampanye diplomasi publik dan *nation branding*-nya. Sepak bola Belanda yang terkenal kehebatannya dijadikan sebagai identitas yang unik dan dimanfaatkan dalam kegiatan *nation branding*. Keterlibatan diaspora Belanda dalam kegiatan diplomasi publik di Indonesia pun seringkali dilakukan melalui aspek-aspek olahraga contohnya keterlibatan mereka dalam acara Oranje Indonesia Festival.

Beberapa nilai sepakbola Belanda yang dibawa dan diperkenalkan oleh diasporanya dalam kegiatan seperti itu diantaranya determinasi tinggi dalam total football yang sangat filosofis dan kekompakkan antar lini permainan. Terkait hal ini, Nick Kuipers berpendapat dalam wawancara:

“Yang saya tahu adalah banyaknya pemain dari Belanda datang ke Indonesia, mereka rata-rata adalah pemain yang bagus. Hal ini bagus untuk sepakbola Indonesia. Ini hal yang bagus dan sangat positif untuk perkembangan sepakbola Indonesia.”

Banyaknya diaspora Belanda yang tersebar dan mewarnai sepakbola Indonesia tentunya dapat memberikan dampak yang sangat baik bagi perkembangan sepakbola Indonesia itu sendiri. Tentu kedua negara akan lebih mengenal dimulai dari sepakbola. Filosofi sepakbola Belanda yang termanifestasikan melalui tata kelolanya dapat menjadi inspirasi bagi Indonesia.

Dikarenakan diaspora Belanda yang tinggal di Indonesia sendiri berasal dari berbagai penjuru Belanda, maka budaya yang dibawanya pun bukan hanya berasal dari satu atau dua *range* pengalaman saja, melainkan ragam narasi sepak bola dari berbagai daerah di Belanda. Filosofi bermain sepak bola tersebut dibawa dan dikenalkan oleh diaspora Belanda melalui berbagai cara, dimana sebagian dari mereka mengenalkannya dengan terjun langsung dan terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan.

Salah satu contoh kegiatan promosi sepak bola Belanda di Indonesia adalah acara Oranje Indonesia Festival berlangsung sukses dan meriah di Lapangan Panahan, Gelora Bung Karno, Jakarta pada 2022. Acara nonton bareng terbesar yang pernah dihelat di Indonesia ini dihadiri lebih dari 3 ribu pendukung Belanda dengan suguhan penampilan musisi nasional Jason Ranti dan Danilla, serta panduan acara oleh komentator olahraga terkenal dan penggemar Oranje Valentino Simanjuntak. Kehadiran mantan pemain Oranje Ron Vlaar juga melengkapi pengalaman bagi ribuan penggemar Oranje di Indonesia.

Tentu Ron Vlaar cukup dikenal di Indonesia, sebagian orang mungkin menonton aksinya di lapangan hijau, atau mungkin sebagian orang sekedar memainkannya di game konsol. Hubungan baik itu tidak semata menjadikan Indonesia sebagai objek, tetapi sebaliknya sepakbola Indonesia juga cukup mulai dikenal di Belanda. Nick Kuipers berpendapat:

“Saya pikir, suporter di Belanda juga sudah tau banyak pemain Belanda main di Indonesia, sehingga mereka mulai mengikuti sepakbola Indonesia, mungkin masih belum populer juga sekarang. Tetapi jika dibandingkan dengan lima tahun lalu, tentu sudah banyak kemajuan. Sudah bagus hubungannya, karena banyak juga orang Indonesia di Belanda, banyak orang Belanda sudah tahu tim sepakbola Indonesia.”

Oranje Indonesia Festival dibuka secara resmi oleh Kepala Strategi Pemasaran Internasional KNVB Ilja Dijkstra, Sekretaris Kemenpora Gunawan Suswantoro, Wasekjen PSSI Maike Ira Puspita, Direktur Teknik Indra Sjafri, dan Dubes Belanda Lambert Grinch. Acara Oranje Indonesia bisa menjadi bukti bahwa sepak bola itu bisa menyatukan dan membawa perdamaian.

Hubungan baik antara Indonesia dan Belanda, dengan fans yang begitu banyak, memiliki dampak yang baik. Melihat semangat penonton sepak bola di Indonesia menjadi bukti bahwa sepak bola bisa mempersatukan dan membawa perdamaian. Sementara itu, momen ini menjadi ajang silaturahmi besar bagi suporter Timnas Belanda di Indonesia.

Kesuksesan Oranje Indonesia Festival di Jakarta merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan yang telah digulirkan KNVB di Indonesia sejak tahun 2021. Acara festival di Jakarta akan ditindaklanjuti dengan Fan Tour yang akan mengunjungi penggemar di seluruh Indonesia. Selama Fan Tour ini, penggemar dari Jawa hingga Papua Barat dan Ambon akan dikunjungi oleh KNVB pada pertandingan Piala Dunia melawan Qatar dan setiap pertandingan di fase sistem gugur.

KNVB memberikan pengalaman menyaksikan pertandingan bersama para penggemar dan meninggalkan hadiah di setiap kota dalam bentuk lukisan mural. Hadiah pertama telah ditempatkan di Jakarta di kafe kopi Unfinished milik Oranjefan Mario Lawalata - untuk mengakui semua kelompok suporter di Indonesia, yang berdasarkan data mencapai 12 juta penggemar Oranje. Kegiatan seputar Piala Dunia di Indonesia merupakan bagian dari strategi penggemar internasional KNVB. Dalam strategi ini KNVB ingin berterima kasih kepada jutaan penggemar atas dukungan setia mereka. Ini termasuk akun penggemar lokal Oranje_Indonesia di Instagram, merchandise yang dikembangkan khusus untuk penggemar Indonesia dan kegiatan World Coaches.

Atas penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa peran yang dilakukan Nick Kuipers, Mark Klok dan Ezra Walian serta diaspora Belanda lainnya dalam kegiatan diplomasi publik Belanda di Indonesia ini sejalan dengan aspek kebudayaan dan warisan budaya dari teori *Anholt Branding Hexagon*. Peran diaspora Belanda lainnya yang terbukti membawa dan mengenalkan filosofi sepak bola Belanda melalui kegiatan sepak bola seperti The Oranje Indonesia Festival sesuai dengan salah satu aspek dalam *Anholt Branding Hexagon* yaitu kebudayaan dan warisan budaya, hal ini sesuai dengan penjelasan Anholt bahwa tujuan dari aspek tersebut adalah untuk menunjukkan persepsi dan pandangan global pada warisan suatu negara dan penghargaan terhadap kebudayaan kontemporer seperti olahraga didalamnya.¹⁴

Bukan tidak mungkin event-event semacam ini dapat membangun kesadaran stakeholder sepakbola Indonesia dalam mengenal lebih jauh sepakbola Belanda dan mengambil beberapa hal positif yang dapat direplikasi di Indonesia seperti pernyataan Marc Klok di bawah ini:

“Filosofi yang bisa menjadi inspirasi sepakbola Indonesia adalah hal pengelolaan akademi sepakbola. Belanda adalah negara yang kecil tapi punya banyak pemain bagus, karena infrastrukturnya sudah bagus. Di Indonesia sudah memulai tetapi jika dibandingkan dengan di Belanda masih sangat jauh tertinggal. Di Belanda tim-tim amatir sekalipun sudah punya fasilitas yang bagus.”

¹⁴ Yuli Lestari, 2017, “*Upaya Branding Jogja Melalui Film Internasional: JAFF*”, hal. 16, diakses dari <https://eprints.umm.ac.id/37658/2/jiptumpp-gdl-yulilestar-52876-2-skripsi-1.pdf>, pada 27 Januari 2024.

Jelas bahwa Belanda memiliki keunggulan dalam hal fasilitas. Tetapi sebagaimana juga telah diakui oleh Nick Kuipers, Ezra Walian dan Marc Klok, bahwa sepakbola Indonesia saat ini terus berkembang. Suporter dapat menjadi titik tolak utama perkembangan sepakbola di Indonesia dimana perannya dapat menjadi mitra federasi yang kritis dan senantiasa memberikan masukan produktif bagi perkembangan sepakbola nasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menggunakan dua aspek dari Anholt Branding Hexagon yang dikemukakan Simon Anholt, temuan yang diperoleh dari peran diaspora Belanda dalam diplomasi publik Belanda di Indonesia dengan tujuan meningkatkan citranya di negara tersebut dinilai cukup besar. Hal ini dikarenakan diplomasi publik modern kini lebih bersifat dua arah dan tidak hanya mengusung tujuan diplomasi publik dari pemerintah untuk mencapai building trust dan sisi personal, dan dimensi sosial tersendiri khususnya bagi publik sepak bola Indonesia. Maka dari itu posisi diaspora yang berada diantara negara asal dan negara penerima pun menjadi aktor penting dan memegang peranan sentral yang secara langsung berhubungan dengan publik di negara tersebut. Hal tersebutlah yang membuat peran diaspora dalam upaya diplomasi publik Belanda di Indonesia terlihat menonjol.

Kemudian peran diaspora Belanda di Indonesia dalam upaya diplomasi publik Belanda melalui program Oranje Indonesia dianalisis menggunakan Anholt Branding Hexagon adalah pertama, dilihat dari aspek filosofi sepakbola, diaspora Belanda terbukti membawa dan mengenalkan nilai-nilai filosofis sepakbola Belanda melalui kegiatan promosi yang diselenggarakan perwakilan KNVB di Indonesia. Dalam upaya diplomasi publik yang dilaksanakan pemerintah melalui KNVB ini diaspora Belanda sering dilibatkan dalam berbagai acara.

Peranan yang diambil oleh diaspora dalam acara-acara seperti ini diantaranya sebagai bintang tamu dalam acara tersebut, menjadi peserta fun game, menjual berbagai barang memorabilia timnas Belanda, hingga sekedar datang meramaikan acara nonton bareng pertandingan dan bertindak sebagai greeter bagi pengunjung yang datang. Berdasar penelitian yang sudah dilakukan, dalam kegiatan seperti ini diaspora Belanda yang notabene merupakan atlet sepak bola professional biasa menampilkan kemampuan olah bola atau bercerita pengalaman pribadinya yang berkaitan dengan timnas Belanda dan kebudayaan Belanda secara umum.

Kedua, dilihat dari aspek masyarakat, diaspora Belanda sebagai aktor yang secara langsung berhubungan dengan masyarakat atau publik di Indonesia terbukti berhasil mempengaruhi pandangan publik Indonesia terhadap Belanda. Dalam interaksi sehari-harinya baik di lingkungan komunitas maupun ruang lingkup sosial diaspora Belanda yang berlatar belakang sebagai atlet sepakbola profesional dikenal sebagai individu yang suka membantu sesama, pekerja keras, memiliki etos kerja yang tinggi, dan mempunyai nilai lebih karena pengalaman profesionalnya.

Dari penjelasan di atas, didapatkan kesimpulan bahwa diaspora Belanda terbukti berperan aktif dalam upaya diplomasi publik Belanda di Indonesia melalui program Oranje Indonesia. Para diaspora ini sering dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan promosi sepakbola

yang diselenggarakan perwakilan KNVB di Indonesia, dan dikarenakan masih terdapat identitas Belanda-Indonesia yang melekat pada diri para diaspora mereka pun secara langsung mempromosikan identitas kedua negara dalam kesehariannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Salim, 2007, Buku Pintar Sepakbola, Bandung, Penerbit Jembar.
- Astri Kusuma, Diplomat Sepanjang Jalan, <http://astrikusuma.com/?cat=15>.
- Dede Isharuddin, 2008, Drama Itu Bernama Sepakbola: Gambaran Silang Olahraga, Politik, dan Budaya, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.
- Iva Rachmawati, 2012, “*Konstruktivisme sebagai Pendekatan Alternatif dalam Hubungan Internasional*”, Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan Vol. 16 No. 1.
- Mugo Mary, Mwencha Peter Misiani, 2017, “*Applying Anholt’s Nation Branding Model: The Case of Kenya*”, Business and Economics Journal Vol. 8 Issue 4.
- Muhammad Yamin, Ade Kristiawan, 2020, “*Implementasi Konsep Nation Branding Anholt dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta-Palembang 2018*”, Indonesian Journal of International Relations, Vol. 4 No. 2.
- Noviawati Lesmana, 2016, “*Perspektif Konstruktivisme dalam Hubungan Internasional*”, diakses dari http://noviawati-lesmana-fisip15.web.unair.ac.id/artikel_detail-161192.
- Robert Jackson dan Georg Sorensen, “*Pengantar Studi Hubungan Internasional*” (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005).
- S. L. Roy, “*Diplomasi*”, (Jakarta Utara: PT Raja Grafindo persada, 1995).
- Savitri Aditiani, 2019, “*Diplomasi Publik Prancis Melalui Institut Français Indonésie (IFI) Dalam kerjasama Pendidikan Indonesia-Prancis*”, diakses dari <https://repository.unpad.ac.id/frontdoor/index/index/year/2020/docId/>
- Skolastika L K, 2017, “*Pengertian Diplomasi dalam Studi Hubungan Internasional*”, diakses dari http://skolastika-l-k-fisip14.web.unair.ac.id/artikel_detail.170478SOH203_Negosiasi%20dan%20DiplomasiPengertian%20Diplomasi%20dalam%20Studi%20Hubungan%20Internasional.html.