

FAKTOR PENDORONG DIPLOMASI PUBLIK FILIPINA SEBAGAI TUAN RUMAH MISS UNIVERSE TAHUN 2017

Anggia Pratama Putri

Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Jenderal Achmad Yani

Abstrak

Diplomasi publik melalui penyelenggaraan Miss Universe 2016 sebagai tuan rumah merupakan salah satu output kebijakan luar negeri Filipina. Terdapat adanya fenomena obsesi nasional Filipina terhadap kontes kecantikan dan pro kontra terhadap penggunaan Miss Universe sebagai instrumen diplomasi publik Filipina. Namun, pemerintah Filipina tetap menjalankan diplomasi publiknya sebagai tuan rumah Miss Universe. Tujuan utama penelitian ini adalah mengidentifikasi, menganalisis, dan menjelaskan mengenai faktor pendorong diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah penyelenggara Miss Universe edisi ke-65 tahun 2017 berdasarkan perspektif konstruktivisme, konsep diplomasi publik, nation branding, popular culture, dan konsep kepentingan nasional. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil analisis faktor material menggunakan konsep kepentingan nasional dan nation branding. Disatu sisi, penelitian ini akan menganalisis faktor ideasional yang merupakan identitas nasional Filipina yaitu obsesi nasional terhadap kontes kecantikan melalui faktor sejarah, faktor agama, dan kontes kecantikan sebagai budaya populer. Karena identitas nasional merupakan akar atas kepentingan nasional dan kepentingan nasional membentuk tindakan. Pada akhirnya, penelitian ini akan membuktikan dan mendeskripsikan faktor pendorong utama kebijakan diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah penyelenggara Miss Universe.

Kata kunci: Diplomasi Publik Filipina, Kontes Kecantikan, Miss Universe, Konstruktivisme, Kepentingan nasional, Budaya Populer

Abstract

Public diplomacy through the hosting of Miss Universe 2016 is one of the Philippines' foreign policy outcomes. There is a phenomenon of the Philippine national obsession with beauty pageants and the pros and cons of using Miss Universe as an instrument of Philippine's public diplomacy. Nevertheless, the Philippine government continues to conduct its public diplomacy as the host country of Miss Universe. The main objective of this research is expected to identify, analyze, and explain the driving factors of the Philippines' public diplomacy as the host country of the 65th edition of Miss Universe 2017 based on the perspective of constructivism, the concept of public diplomacy, nation branding, popular culture, and the concept of national interest. The results of this research shows the final result of material factor analysis using the concepts of national interest and nation branding. On the other hand, this research analyzes ideational factors that constitute Philippine national identity, namely the national obsession with beauty pageants through historical factors, religious factors, and beauty pageants as popular culture. As national identity is the root of national interest and national interest shapes action. In the end, this research prove, clarify, and elaborate the main driving factors of the Philippines' public diplomacy policy as the host country of Miss Universe.

Keyword: *Philippines' Public Diplomacy, Beauty Pageants, Miss Universe, Constructivism, National Interest, Popular Culture*

1. PENDAHULUAN

Beauty pageants merupakan ajang atau kontes kecantikan adalah salah satu bentuk mega events dengan tagline Brain, Beauty, and Behavior (3B) untuk memilih seorang pemenang yang disebut beauty queen atau ratu kecantikan yang akan menjabat dengan title tersebut selama satu tahun pada umumnya. Secara singkat, beauty pageants merupakan acara internasional kontes kecantikan yang diikuti oleh delegasi suatu negara dan setiap negara hanya dapat mengirimkan satu wakilnya. Beauty pageants pada umumnya diselenggarakan tahunan dan dilakukan secara berkala. Terdapat adanya karantina, malam final, gala dinner, charity, talent show, national costume competition, dan lain-lain.

Pada abad 21 ini, beauty pageants berkembang dengan pesat. Hal tersebut ditandai oleh semakin populernya kontes kecantikan dengan ditandai oleh banyaknya pageant lovers atau penggemar kontes kecantikan, partisipasi negara yang bertambah dan munculnya ajang beauty pageants baru. Beauty pageants dapat dikelompokkan menjadi 2 skala yaitu major atau grand slam dan minor. Beauty pageants major merupakan kontes kecantikan yang besar, ajangnya sudah dikenal oleh banyak orang, visi misi organisasi yang jelas serta ajangnya cenderung sudah berdiri dan berlangsung lama, diantaranya : Miss Universe, Miss World, Miss Grand International, Miss International, Miss Supranational dan Miss Earth. Sementara beauty pageants minor tidak terlalu berbeda dengan beauty pageants major, hanya saja beauty pageants minor tidak terlalu terkenal dibandingkan dengan beauty pageants major. Selain dari ke enam ajang beauty pageants major di atas, maka ajang beauty pageants yang lain termasuk ke dalam kelompok beauty pageants minor.

Perkembangan beauty pageants atau kontes kecantikan juga terlihat dalam relevansinya dengan hubungan internasional. Pada umumnya, beauty pageants berkaitan dengan hubungan internasional baik dari segi

ilmu, isu, maupun praktek. Kontes kecantikan kontemporer memiliki visi misi yang mengangkat isu hubungan internasional seperti perdamaian dan perang, kemanusiaan, rasisme, feminisme, global warming, ekonomi, global goals, dan lain-lain. Karena pada prakteknya, beauty pageants seringkali digunakan sebagai alat atau sarana diplomasi publik suatu negara dengan menjadi tuan rumah penyelenggara. Terdapat beberapa negara di kawasan Amerika Latin, Asia Tenggara, Eropa dan Afrika yang tertarik menggunakan beauty pageants sebagai bagian dari kebijakan maupun diplomasinya. Terutama mengajukan diri menjadi tuan rumah penyelenggara Miss Universe. Ajang kontes kecantikan Miss Universe telah menjadi ajang bagi seluruh negara untuk mempromosikan budayanya, selain itu banyak keuntungan dari segi sosial dan ekonomi bagi negara yang menyelenggarakan Miss Universe. Hal tersebut seperti yang sudah dilakukan oleh: Vietnam, Thailand, Singapura, Korea Selatan, Hongkong, Taiwan, Brazil, México, Puerto Rico, El-Salvador, Ecuador, Republik Dominika, Panamá, Perú, Bahamas, Amerika Serikat, Rusia, Israel, Namibia, Trinidad & Tobago, Yunani, dan Cyprus. Selain negara-negara tersebut, ditambah juga dengan Filipina.

Filipina yang merupakan salah satu negara di kawasan Asia Tenggara, dijuluki sebagai negara penggila beauty pageants. Fanatisme dan antusiasme Filipina terhadap beauty pageants sama halnya seperti beberapa negara mengikuti Piala Dunia. Beauty pageants atau kontes kecantikan begitu melekat dalam budaya Filipina. Negara ini memiliki lebih dari 40.000 barangay (distrik lokal), masing-masing kira-kira setara dengan kampung atau desa dan setiap distrik memiliki ratu kecantikannya sendiri. Terdapat beauty pageants untuk anak-anak, komunitas LGBTQ+, ibu rumah tangga, dan warga senior. Bahkan pekerja Filipina di luar negeri (tenaga kerja asing Filipina) menyelenggarakan kontes kecantikan mereka sendiri di komunitas di luar negeri. Ditegaskan oleh Pawee Ventura, Filipina dan juri di internasional pageants, "Dalam setting Filipina, beauty pageants adalah institusi yang tidak akan pudar. Setiap sitio, barrio, barangay, dan kota setempat mengadakan dan menyelenggarakan kontes kecantikannya sendiri setiap tahun. Itu bagian dari budaya kami,"(Rappler, 2021).

Ditegaskan oleh Jose Wendell Capili dari Fakultas Seni dan Sastra Universitas Diliman Filipina, menyatakan bahwa tidak seperti negara-negara di mana ratu kecantikan hanya “pemenang acara televisi”, di Filipina, mereka “diperlakukan seperti presiden suatu negara”. Itu semua dilakukan oleh seluruh kalangan masyarakat, semua umur.

Di kehidupan sehari-hari masyarakat Filipina banyak yang melakukan catwalk, menggelar acara pageants di sekitar tempat tinggal baik itu desa hingga kota. Mereka lengkap menggunakan atribut beauty pageants seperti selempang atau sash, mahkota, hingga sepatu hak tinggi atau heels. Melakukan opening dance, hingga hal-hal lain yang biasa identik dilakukan pada ajang kontes kecantikan. Fakta menarik, hal ini justru banyak dilakukan oleh pria, baik pria yang sudah dewasa, remaja maupun anak-anak. Jika menyangkut mengenai Miss Universe, sekolah-sekolah di Filipina menayangkan acara Miss Universe saat kegiatan belajar mengajar berlangsung. Juga pada saat Pia Alonzo Wurtzbach dan Catriona Magnayon Gray memenangkan edisi Miss Universe 2015 dan 2018, pemerintah memberlakukan libur nasional dan lebih dari satu juta masyarakat Filipina melakukan “Homecoming parade” dilakukan dengan mobil yang dihiasi dan didesain sesuai dengan mahkota yang dimenangkan dan melewati daerah asal serta ibu kota. Bahkan, penggunaan gaun lava ala Miss Universe 2018, Catriona gray, selempang dan mahkota Miss Universe dikenakan pada patung Bunda Maria yang mereka sembah.

Filipina juga memiliki “Missology” dan “Sash Factor” sebagai media resmi kontes kecantikan yang sering menjadi partner dari beauty pageants major. Disisi lain, masyarakat Filipina juga aktif terlibat di internet dalam memberikan dukungan berupa kata-kata maupun untuk vote agar memuluskan langkah wakilnya menjadi pemenang kontes kecantikan. Selain itu, menjamurnya beauty camp, sebagai tempat training atau latihan kandidat yang akan mempersiapkan diri mengikuti beauty pageants nasional maupun internasional. Training yang diberikan seperti catwalk, public speaking, QnA atau sesi tanya jawab atau interview, merias wajah, dan sebagainya. Beauty camp asal Filipina yang mendunia ialah Kagandahang Flores atau KF dan Aces and Queens (AnQ). Yang terbukti

telah melahirkan banyak prestasi dan kemenangan bagi wakil-wakil yang mengikuti beauty camp disini. Prestasi Filipina pada beauty pageants sudah tidak diragukan lagi. Filipina pernah 4 kali memenangkan Miss Universe, 1 gelar “Miss World”, 6 gelar “Miss International”, 1 gelar “Miss Supranational”, dan 4 gelar “Miss Earth”. Sehingga Filipina didapuk menjadi salah satu “Powerhouse” beauty pageants.

Sementara itu, terdapat penelitian yang dilakukan untuk mengetahui persepsi generasi milenial terhadap kontes kecantikan internasional dengan sampel 30 mahasiswa University of the Philippines Cebu (Judy Virtucio, 2016). Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 53,33% tidak menginginkan segmen pakaian renang karena dinilai mengobjektifikasi perempuan, sehingga segmen pakaian renang harus dihapuskan agar dampak kontes kecantikan lebih memberdayakan wanita. Hal ini mengindikasikan bahwa, terjadi pro kontra mengenai kontes kecantikan di Filipina. Meskipun begitu Pemerintah Filipina tetap menjalankan diplomasi publik sebagai tuan rumah (host country) penyelenggara Miss Universe edisi ke-65 tahun 2017 yang merupakan salah satu output kebijakan luar negeri Filipina.

Diplomasi publik didefinisikan dengan berbagai cara, namun secara umum merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan upaya pemerintah dalam menjalankan kebijakan luar negeri dan memajukan kepentingan nasional melalui penjangkauan dan komunikasi langsung dengan penduduk suatu negara asing (Iva Rachmawati, 2016). Di dalam pelaksanaannya, aktivitas diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah Miss Universe diarahkan melalui aktivitas yang berupaya untuk menyampaikan “pesan” mengenai “siapa” Filipina. Berdasarkan sejarah, Pemerintah Filipina telah memilih untuk menyelenggarakan kontes kecantikan Miss Universe sebagai sarana atau alat diplomasi publiknya sebanyak tiga kali. Pertama, Filipina menjadi tuan rumah penyelenggara Miss Universe pertama kali pada tahun 1974, lalu untuk kedua kalinya pada tahun 1994 dan paling terbaru diselenggarakan pada tahun 2017 untuk edisi Miss Universe 2016 atau edisi ke-65.

Sebagai salah satu output kebijakan luar negeri Filipina, diplomasi publik sebagai tuan rumah penyelenggara Miss Universe 2016 dipertegas

dengan dikeluarkannya Memorandum Circular No. 13 yang merupakan surat keputusan Presiden Filipina. Memorandum Circular No. 13 berisi mengenai seruan kerjasama antar sektor lembaga pemerintah dan non pemerintah di Filipina guna ikut menyukseskan penyelenggaraan Miss Universe 2016 pada Januari 2017. Dalam memorandum circular no. 13 juga terdapat penegasan mengenai tujuan berupa kepentingan nasional yang hendak dicapai Filipina dengan menjadi tuan rumah Miss Universe 2016 yaitu, “whereas, the pageant will bring international prestige, publicity, goodwill, economic benefit to the country and will be great opportunity for the philippines to show the world the country’s natural attractions, modern infrastructure facilities and above all, the warmth Filipino people”.

Kepentingan nasional Filipina yang dituangkan dalam Memorandum Circular No. 13 sejalan dengan asumsi yang dikemukakan oleh Jackson & Sorensen (2003), “bahwa kebijakan luar negeri yang diambil oleh suatu negara tidak lain merupakan hasil rumusan dari kepentingan nasional mereka”. Asumsi ini pun didukung oleh Perspektif Konstruktivisme yang menekankan bahwasanya, output kebijakan luar negeri merupakan tindakan yang berdasarkan pada kepentingan nasional. Kepentingan nasional bersumber atas faktor material dan faktor ideasional. pertama, faktor ideasional yaitu nilai, identitas, norma, sejarah, diskursus, moral dan agama; kedua, faktor material berupa keamanan dan ekonomi. Sehingga dalam menganalisis output kebijakan luar negeri Filipina tersebut, dimana asumsi populer beberapa penelitian terkait output kebijakan luar negeri Filipina dalam Diplomasi Publik Filipina menjadi Host Country Miss Universe ke-65 tahun 2017 dikarenakan pengaruh faktor material dan faktor ideasional. Berdasarkan pada serangkaian tinjauan tersebut, hendak dianalisis lebih lanjut mengenai **“mengapa Filipina memilih Miss Universe sebagai sarana atau instrumen diplomasi publiknya dengan menjadi tuan rumah Miss Universe edisi ke 65 pada tahun 2017?”**

1. FAKTOR MATERIAL DIPLOMASI PUBLIK FILIPINA TAHUN 2017

Faktor material yang menjadi pendorong diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah penyelenggara Miss Universe 2017 secara garis besar seperti yang sudah disebutkan diatas, diantaranya: Ancaman terorisme dan tingginya angka kriminalitas di Filipina; Guna mewujudkan kepentingan nasional Filipina sebagai negara tujuan wisata internasional tahun 2017, namun adanya hambatan seperti travel warning, infrastruktur yang kurang memadai, dan kurangnya efektivitas nation branding melalui slogan “WOW Philippines” dan “It’s More Fun In The Philippines”; Dan industri kontes kecantikan yang merupakan salah satu pendapatan negara. Analisis atas faktor material tersebut akan dipaparkan di bawah ini.

Ancaman terorisme dan tingginya angka kriminalitas merupakan isu yang tengah dihadapi oleh Filipina. Isu keamanan ini berdampak pada citra atau image positif Filipina di kancah internasional. Sehingga Filipina memiliki citra buruk bahwa, Filipina negara yang tidak stabil, tidak aman, dan tidak direkomendasikan untuk dikunjungi. Karena keamanan dan ekonomi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, keduanya resiprokal atau saling mempengaruhi. Keamanan merupakan faktor utama bagaimana sebuah negara melakukan kerjasama ekonomi maupun aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan ekonomi. Seperti enggannya aktor untuk berinvestasi maupun melakukan kunjungan terhadap negara tersebut. Pernyataan ini dapat dianalogikan seperti pedagang dan tempat berjualan, pedagang akan lebih memilih untuk berjualan di tempat yang aman seperti halnya dekat dengan wilayah kantor Tentara atau Polisi dibandingkan dengan tempat berjualan yang terdapat preman karena maraknya pemalakan. Begitu Pula dengan investor, investor akan memilih negara yang aman dan stabil untuk keberlangsungan bisnisnya. Oleh karena itu, atas isu ini Filipina mengalami kerugian secara ekonomi.

Kerugian yang dialami Filipina dalam bidang ekonomi terkait dampak isu terorisme ini adalah dapat memperlambat pertumbuhan ekonomi karena turunnya angka wisatawan asing dikarenakan travel warning yang diberlakukan oleh beberapa negara dan enggannya aktor berinvestasi di Filipina baik negara maupun FDI (Foreign Direct Investment). Berdasarkan

website kementerian pariwisata Filipina, sejak tahun 2012 negara-negara seperti Kanada, Amerika Serikat dan China (sekarang Republik Rakyat Tiongkok) telah memberlakukan travel warning ke Filipina dan kerugian ditaksir sebesar 11 juta USD.

Salah satu faktor material yang menjadi pendorong diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah penyelenggara Miss Universe 2017 adalah kepentingan nasional Filipina menjadi negara tujuan wisata internasional tahun 2017. Namun terdapat hambatan seperti travel warning yang merupakan salah satu dampak dari isu terorisme dan angka kriminalitas yang tinggi di Filipina, infrastruktur pariwisata Filipina yang kurang mendukung, dan kurangnya efektivitas nation branding melalui slogan “WOW Philippines” dan “It’s More Fun In The Philippines”. Seperti yang ditunjukkan oleh data Departemen Pariwisata Filipina yang mempublikasi hasil capaian akhir tahun 2016 tercatat 5,9 kunjungan wisatawan asing ke Filipina, sehingga belum tercapainya target 10 Juta wisatawan asing bahkan saat sudah diturunkan ke angka 6 juta wisatawan asing. Selain itu, baik infrastruktur pariwisata yang kurang memadai maupun kurangnya efektivitas nation branding berpengaruh atas penurunan jumlah wisatawan asing asal China dan lambatnya peningkatan jumlah angka wisatawan asal Amerika. Wisatawan asal China pada tahun 2013 berjumlah sebanyak 426,352 dan pada tahun 2014 mengalami penurunan dengan total kedatangan 394,951 wisatawan.

Industri kontes kecantikan yang merupakan salah satu pendapatan negara, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi Filipina. Melalui kontes kecantikan nasional yang ada di Filipina, beauty bootcamp, industri mode dan kecantikan, sponsorship, investasi, dan membantu Pemerintah Filipina dalam menangani isu-isu sosial. Selain itu, kontes kecantikan juga dapat digunakan sebagai alat nation branding untuk mempromosikan budaya, warisan, dan identitas nasional Filipina, yang dapat mendukung investasi, pariwisata, dan perdagangan internasional. Penyelenggaraan kontes kecantikan di Filipina seringkali menyertakan peragaan busana, tarian tradisional, dan wisata ke tempat-tempat indah

dalam negara. Hal ini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan lokal dan internasional, yang berkontribusi pada industri pariwisata Filipina.

Faktor pendorong diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah Miss Universe ke-65 tahun 2017 didasari oleh pendekatan konstruktivisme. Kerangka konstruktivisme dalam hubungan internasional, memahami bahwa diplomasi publik merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi persepsi, konstruksi realitas, dan citra negara dalam mata dunia. Karena citra atau image sebuah negara sangat berperan penting terkait dengan daya tarik, popularitas dan juga peranan serta kepentingan sebuah negara dalam dunia internasional. Menurut perspektif konstruktivisme bahwa melalui kebijakan Filipina dengan menjadi tuan rumah penyelenggara Miss Universe 2016 yang merupakan alat atau instrumen diplomasi publiknya didasari oleh faktor-faktor pendorong salah satunya yaitu faktor material berupa kepentingan nasional (faktor keamanan dan ekonomi) yang telah dijelaskan diatas.

Oleh karena itu, dengan melaksanakan diplomasi publik dengan menjadi tuan rumah penyelenggaraan Miss Universe 2016, Filipina memberikan banyak manfaat terutama ekonomi terutama atas sektor pariwisata, membentuk juga meningkatkan image positif Filipina di kancah internasional dan memperbaiki citra negatif Filipina karena isu terorisme dan angka kriminalitas yang tinggi. Secara lebih detail, faktor material yang mendasari penggunaan Miss Universe sebagai alat atau instrumen diplomasi publik Filipina dijelaskan di bawah ini:

- Miss Universe sebelumnya hanya berupa kontes kecantikan internasional, namun sejak penyelenggaraan pada tahun 1972, kontes kecantikan Miss Universe resmi menjadi acara kompetisi kontes kecantikan tahunan dunia dengan bertujuan menampilkan budaya dan atraksi spektakuler di berbagai negara untuk penonton internasional. Menjadi Tuan Rumah penyelenggara Miss Universe merupakan alat atau jembatan bagi sebuah negara untuk mencapai kepentingannya. Dengan melihat sisi prestisius dari kontes kecantikan Miss Universe, membuat ajang ini menjadikannya sebuah event yang banyak membawa dampak positif bagi negara yang menjadi tuan

rumah. Hal tersebut sejalan dengan Penyelenggaraan Miss Universe di Filipina yaitu tertuang dalam keputusan presiden berupa Nota Edaran Nomor 13 atau Memorandum Circular No. 13 yang merupakan dokumen resmi yang menjadi bukti konkrit bahwa Pemerintah Filipina menggunakan penyelenggaraan Miss Universe sebagai alat diplomasi publik Filipina kepada masyarakat internasional. Terdapat penegasan mengenai tujuan berupa kepentingan nasional yang hendak dicapai Filipina dengan menjadi tuan rumah Miss Universe 2016 yaitu, “kontes kecantikan Miss Universe akan membawa prestise atau kebanggaan di kancah internasional, publisitas, niat baik, manfaat ekonomi bagi negara dan akan menjadi peluang besar bagi Filipina untuk menunjukkan kepada dunia daya tarik alam, fasilitas infrastruktur modern, dan yang terpenting, kehangatan masyarakat Filipina.” Secara lebih rinci, isi Memorandum Circular (2016) dilampirkan di bawah ini :

Surat Edaran Memorandum No.13

Menghimbau Seluruh Departemen, Badan, Biro dan Kantor Pemerintah untuk mendukung penyelenggaraan kontes Miss Universe 2016 di Filipina dan untuk keperluan lainnya.

Mengingat bahwa, Filipina akan menjadi tuan rumah Kontes Miss Universe 2016 (kontes) pada bulan Januari 2017,

Bahwa, kontes ini akan membawa prestise internasional, publisitas, niat baik, dan manfaat ekonomi bagi negara tersebut dan akan menjadi peluang besar bagi Filipina untuk menunjukkan kepada dunia daya tarik alam, fasilitas infrastruktur modern, dan, yang terpenting, kehangatan masyarakat Filipina. Rakyat;

Bahwa, kontes ini diselenggarakan oleh pihak swasta berkoordinasi dengan Departemen Pariwisata Filipina;

Oleh karena itu, untuk memastikan keberhasilan penyelenggaraan kontes ini, berikut ini perintahnya;

1. Semua kepala departemen, biro, kantor, lembaga atau lembaga pemerintah, termasuk perusahaan milik atau dikendalikan pemerintah

dan universitas atau perguruan tinggi negeri, dengan ini diperintahkan untuk memberikan dukungan penuh terhadap penyelenggaraan kontes tersebut, berkoordinasi dengan Departemen Pariwisata Filipina.

2. Unit Pemerintah Daerah juga didorong untuk memberikan dukungan penuh dan kerja sama dalam penyelenggaraan kontes;
3. Departemen Pariwisata Filipina dapat meminta bantuan kepada departemen, biro, kantor, lembaga, atau lembaga pemerintah (LSM) mana pun jika diperlukan oleh keadaan dan keadaan darurat.
4. Pejabat yang bersangkutan harus mengambil tindakan yang diperlukan untuk menjamin bahwa tidak akan ada gangguan terhadap pekerjaan dan pelayanan di kantornya masing-masing yang disebabkan oleh hal tersebut.
5. Terkecuali untuk alasan yang mendesak yang diperlukan dalam memberikan dukungan penyelenggaraan kontes kecantikan ini, tidak ada dana publik yang boleh dibelanjakan untuk penyelenggaraan Kontes Miss Universe 2016.

Surat Edaran ini mulai berlaku segera.

Telah dibuat, di kota Manila, pada tanggal 28 Desember tahun 2016.

- Miss Universe merupakan mega event atau acara besar berskala internasional. Seperti pada umumnya apabila, aktor negara melakukan diplomasi publik dengan menjadi tuan rumah penyelenggara mega event maka yang pertama tentu akan mendapatkan keuntungan publikasi. Begitu Pula dengan Filipina yang melakukan diplomasi publik sebagai tuan rumah Miss Universe mendapatkan paparan dan perhatian dari dunia internasional. Hal tersebut karena penyelenggaraan Miss Universe setiap tahunnya disiarkan secara global ke 190 negara di dunia melalui saluran televisi baik tingkat nasional tiap negara maupun internasional seperti ABC dan Telemundo, selain itu juga melalui platform sosial media seperti Youtube, Facebook, dan Instagram. Sehingga Miss Universe menjadi acara yang paling banyak ditonton setelah Piala dunia dengan akumulasi total lebih dari 1 miliar ditonton di seluruh dunia. Selain

itu, publikasi berupa press release, artikel berita, video, foto, dan relationship building terkait penyelenggaraan Miss Universe dengan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat lokal dan berbagai cara lain.. Menjadikan Miss Universe sebagai acara internasional yang selalu mendapatkan perhatian besar dari masyarakat internasional. Hal ini merupakan momentum yang tepat bagi Filipina untuk membentuk image positif mengenai “apa” dan “siapa” Filipina sebagai negara tujuan wisata internasional 2017.

- Dalam diplomasi publik, keterkaitan isu dan image yaitu resiprokal atau saling mempengaruhi, baik isu mempengaruhi image atau sebaliknya. isu-isu yang melekat pada sebuah negara dapat diubah dengan image yang dibentuk melalui aktivitas-aktivitas diplomasi publik (Mark Leonard, 2002). Hal tersebut sejalan dengan yang dilakukan oleh Filipina dalam diplomasi publiknya sebagai tuan rumah penyelenggara Miss Universe 2016. Isu negatif Filipina mengenai terorisme dan angka kriminalitas yang tinggi mempengaruhi image Filipina dan berdampak atas penurunan angka wisatawan asing dan industri pariwisata. Sehingga dengan menjadi tuan rumah Miss Universe, Filipina menepis image negatif atas isu-isu yang ada dan membentuk image positif sebagai negara tujuan wisata internasional 2017 dengan mempengaruhi persepsi publik baik domestik maupun internasional melalui aktivitas-aktivitas diplomasi publik pada penyelenggaraan miss universe 2017 di Filipina. Aktivitas diplomasi publik tersebut seperti news management, strategic communications, dan relationship building. Dengan aktivitas diplomasi publik tersebut dapat menepis isu ketidakstabilan keamanan di Filipina karena adanya terorisme dan angka kriminalitas yang tinggi, membentuk citra bahwa Filipina merupakan negara yang aman untuk dikunjungi sehingga dapat menarik banyak wisatawan dan dicabutnya travel warning. Memperbaiki atau juga menjaga hubungan baik dengan negara lain, contohnya untuk mempengaruhi travel warning yang diberikan oleh Republik Tiongkok dan Amerika Serikat. Sehingga berdasarkan dengan tujuan dari diplomasi publik Filipina. Seluruh konten yang

dipublikasikan akan menampilkan pencapaian Pemerintah Filipina sebagai tuan rumah yang ingin disampaikan melalui momentum penyelenggaraan Miss Universe ke-65 dengan menunjukkan pesan-pesan yang meningkatkan image positif Filipina sebagai negara dengan fasilitas modern, negara yang aman dan stabil, keramahan dan pengalaman baik, atraksi menarik, tempat wisata, kuliner, budaya menarik yang dimiliki oleh negara tersebut.

- Selain itu, kepentingan yang hendak dicapai juga berkaitan dengan sektor ekonomi yaitu industri pariwisata yang merupakan industri vital di Filipina sebagai penyumbang ketiga terbesar bagi GDP dengan presentase 8,2 persen pada tahun 2015. Sehingga dengan meningkatkan Image dan reputasi yang bagus diharapkan membawa dampak positif kepada kepentingan nasional Filipina yaitu manfaat ekonomi pada sektor Pariwisata, yang mana kemudian Filipina berupaya meningkatkan image sebagai Negara tujuan wisata internasional dan menyumbang GDP yang besar bagi Filipina. Hal tersebut berupa promosi perdagangan dan produk, meningkatkan investasi terutama yang berkaitan dengan infrastruktur pariwisata, promosi sektor-sektor pariwisata juga akomodasi pariwisata, mempromosikan budaya, meningkatkan ekonomi melalui kerjasama antara pihak swasta dan sektor publik dalam penyelenggaraan Miss Universe merupakan langkah besar bagi sektor pariwisata Filipina untuk menuju tahap global. Apabila industri pariwisata berkembang juga akan berdampak terhadap Perekonomian Filipina di sektor lain seperti :

Inbound tourism expenditure yaitu pengeluaran pengunjung non-penduduk (pengunjung asing dan orang-orang Filipina yang tinggal secara permanen di luar negeri). Berdasarkan data dari Akun Satelit Pariwisata Filipina atau Philippine Tourism Satellite Accounts (PTSA) terus menunjukkan peningkatan karena tumbuh sebesar 10,7 persen pada tahun 2015, sebesar 306,6 miliar Peso dari 276,9 miliar Peso di 2014.

Belanja pariwisata dalam negeri yang mencakup pengeluaran pengunjung penduduk di dalam negeri baik perjalanan domestik atau internasional tumbuh sebesar 26,1 persen. Pertumbuhan tersebut dari 1,403,8 miliar Peso pada tahun 2014 menjadi 1,770,7 miliar Peso pada tahun 2015.

Menyerap dan meningkatkan lapangan Ketenagakerjaan dalam industri pariwisata diperkirakan mencapai 5 juta pada tahun 2015, lebih tinggi 3,4 persen dibandingkan dengan 4,8 juta di tahun sebelumnya. Lapangan kerja di industri pariwisata menyerap 12,7 persen tenaga kerja di Filipina pada tahun 2015.

Oleh karena itu, Pemerintah Filipina kemudian mengambil keputusan untuk melaksanakan diplomasi publik Filipina melalui momentum penyelenggaraan Miss Universe ke-65 di Filipina pada tahun 2017 dibawah kepemimpinan Presiden Filipina Rodrigo Duterte sepenuhnya bagi kepentingan nasional filipina berdasarkan keuntungan ekonomi. Keputusan penggunaan Miss Universe ke-65 sebagai alat diplomasi publik Filipina mentargetkan 12 juta kunjungan wisatawan asing ke Filipina, investasi sebesar 23 miliar USD bagi pembangunan fasilitas penunjang infrastruktur pariwisata di Filipina dalam kurun waktu 2016-2022. Terlebih lagi penyelenggaraan Miss Universe menggunakan sponsor dan pihak swasta yaitu LCS Company dan biaya penyelenggaraan Miss Universe lebih sedikit dibandingkan dengan menjadi tuan rumah Grand Prix atau the Olympics yang memerlukan pembangunan infrastruktur terlebih dahulu.

2. FAKTOR IDEASIONAL DIPLOMASI PUBLIK FILIPINA TAHUN 2017

Faktor ideasional yang menjadi pendorong diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah penyelenggara Miss Universe 2017 secara garis besar seperti yang sudah disebutkan diatas yaitu, faktor sejarah karena pengaruh kolonialisme Spanyol dan Amerika Serikat di Filipina yang memperkenalkan dan mengembangkan kontes kecantikan di Filipina; Faktor agama, mayoritas penduduk Filipina sebanyak 78,8% menganut Katolik dan festival keagamaan santacruzian merupakan tonggak awal kontes kecantikan di Filipina dan tetap diselenggarakan sejak masa penjajahan spanyol hingga

saat ini; dan kontes kecantikan kontemporer sebagai budaya populer di Filipina. Faktor ideasional tersebut merupakan penyebaran ide secara domestik yang membentuk identitas sosial berupa obsesi nasional Filipina terhadap kontes kecantikan sehingga salah satu outputnya adalah langkah diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah Miss Universe edisi ke-65 tahun 2016.

Fenomena obsesi nasional di Filipina terhadap kontes kecantikan hal ini ditandai dengan antusiasme dan fanatisme masyarakat Filipina terhadap kontes kecantikan baik dari ajang kontes kecantikan hingga dalam mendukung perwakilannya di ajang kontes kecantikan. Itu semua dilakukan oleh seluruh kalangan masyarakat, semua umur dan semua subkelas maupun latar belakang di Filipina. Masyarakat Filipina adalah salah satu penggemar kontes kecantikan terbesar dan paling berdedikasi di seluruh dunia. Pernyataan tersebut sama seperti salah satu wawancara yang dilakukan oleh Sun Star Filipina bahwa, penggemar kontes kecantikan terbesar di dunia adalah orang Filipina. Terutama jika menyangkut kontes kecantikan Miss Universe. Fenomena obsesi nasional tersebut ditandai dengan beberapa peristiwa contohnya seperti di bawah ini :

- Di Filipina, masyarakat menantikan acara kompetisi kontes kecantikan internasional tahunan, Miss Universe. Sekolah-sekolah di Filipina menayangkan acara Miss Universe di sela kegiatan belajar mengajar berlangsung. Misalnya pada saat penyelenggaraan Miss Universe 2015, 2018, dan 2019.
- Penyambutan acara kepulangan kontestan atau “Homecoming parade” yang dipersembahkan bagi wanita Filipina yang berhasil memenangkan mahkota dan gelar juara kontes kecantikan major. Homecoming parade dilakukan dengan mobil yang dihiasi dan didesain sesuai dengan mahkota yang dimenangkan dan melewati daerah asal serta ibu kota yang diiringi oleh lebih dari satu juta masyarakat Filipina pada kemenangan Pia Alonzo Wurtzbach dan Catriona Magnayon Gray sebagai Miss Universe 2015 dan 2018. Dimana lalu lintas dan kehidupan berhenti sejenak.

- Dukungan dari berbagai pihak, terutama pemerintah. Bahkan hingga seorang Presiden sekalipun memberi dukungan langsung pada saat wakilnya bertanding. Seperti Presiden Benigno Aquino III menghadiri malam final untuk mendukung wakil Filipina untuk Miss International 2013, Bea Rose Santiago di Jepang. Begitu pula Presiden Filipina selanjutnya, Presiden Rodrigo Duterte yang menghadiri malam final dari wakil Filipina untuk Miss International 2016, yaitu Kylie Verzosa. Fakta menarik, keduanya memenangkan gelar Miss International 2013 dan 2016.
- Masyarakat filipina mengembangkan industri kontes kecantikan seperti membuat kontes kecantikan sendiri baik tingkat desa kecil hingga nasional seperti Mutya Ang Pilipinas, Binibining Pilipinas, dll. Disebutkan bahwa setiap kali ada pesta di barangay (desa kecil atau distrik kecil) di seluruh Filipina, akan selalu diadakan kontes kecantikan. Diperkuat oleh pernyataan Tammy David, fotografer kontes kecantikan sejak tahun 2007, bahwa kontes kecantikan di Filipina ada di mana-mana bahkan ia pernah memotret kontes kecantikan yang diselenggarakan di dalam sebuah lembaga pemasyarakatan.
- Selain itu juga membuat portal pageants, sebagai media resmi pageants yang sering menjadi partner dari beauty pageants major, yaitu Missosology dan Sash Factor. Selain itu mereka membuat grup media sosial baik di portal pageants tersebut, maupun turunannya. Guna memberikan dukungan berupa ata-kata maupun untuk vote, bahkan digunakan juga untuk melakukan hate speech dan menyebarkan hoax guna menjatuhkan wakil negara lain. Agar memuluskan langkah wakilnya menjadi pemenang. Hal tersebut diperkuat dengan keterangan Jose Wendell Capili, seorang akademisi di Universitas Filipina, menyatakan bahwa masyarakat Filipina sangat antusias dengan kontes ini, hal ini merujuk pada diskusi online yang selalu memanas. Tidak hanya dalam mendukung perwakilan di ajang internasional tetapi dalam mendukung kandidat yang berbeda dapat memicu perselisihan yang dapat menghancurkan keluarga, persahabatan, dan hubungan lainnya.

- Menjamurnya beauty camp, sebagai tempat training atau latihan bagi mereka yang akan mempersiapkan diri mengikuti beauty pageants nasional maupun internasional. Training yang diberikan seperti catwalk, public speaking, QnA atau sesi tanya jawab atau interview, merias wajah, dan sebagainya. Beauty camp asal Filipina yang mendunia ialah Kagandahang Flores atau KF dan Aces and Queens (AnQ). Yang terbukti telah melahirkan banyak prestasi dan kemenangan bagi wakil-wakil yang mengikuti beauty camp disini. Bahkan penggunaan gaun lava ala Miss Universe 2018, Catriona gray, selempang dan mahkota Miss Universe yang dikenakan pada patung Bunda Maria yang mereka sembah. Mereka berusaha menjadi langganan tuan rumah penyelenggara acara beauty pageants, seperti Miss Universe yang dilaksanakan 3 kali di Filipina, pada tahun 1974, 1994 dan 2016. Juga menjadi tuan rumah hampir setiap tahun (edisi) Miss Earth. Diduga kuat pernah beberapa kali menyabotase wakil negara lain guna memuluskan langkah wakil negaranya.
- Sponsorship yang kuat dari produk-produk Filipina di ajang beauty pageants yang diselenggarakan, yang juga turut memberikan kontribusi atas prestasi dan kemenangan Filipina di ajang beauty pageants. Misalnya pengusaha asal Filipina, Chavit Singson. Chavit memberikan uang 12 juta dollar AS pada perhelatan Miss Universe 2017 di Filipina dan menjadi sponsor di edisi Miss Universe 2018 di Bangkok, Thailand. Anaknya menjadi juri pada edisi Miss Universe tahun itu, dan Miss Universe 2018 dimenangkan oleh wakil Filipina, Catriona Gray. Meskipun hal ini terlihat seperti bisnis, dibalik semua itu Chavit singson merupakan penggemar kontes kecantikan atau biasa disebut pageant lovers. Obsesi terhadap kontes kecantikan membuat Filipina begitu serius mengirimkan wakilnya, agar wakilnya dapat memenangkan kontes kecantikan yang diikuti. Oleh karena itu, tidak heran jika prestasi Filipina di ajang kontes kecantikan internasional sudah tidak diragukan lagi. Tercatat bahwa Filipina pernah 4 kali memenangkan Miss Universe, 1 gelar “Miss World”, 6 gelar “Miss International”, 1 gelar “Miss Supranational”, dan 4 gelar

“Miss Earth”. Sehingga Filipina didapuk menjadi salah satu “Powerhouse” beauty pageants.

Obsesi nasional Filipina merupakan identitas sosial masyarakat filipina hal tersebut sejalan dengan pendekatan konstruktivisme ala Ted Hopf yang menyatakan bahwa identitas membentuk kepentingan nasional dan kepentingan nasional membentuk tindakan atau kebijakan yang diambil oleh negara, dalam studi kasus penelitian ini yaitu diplomasi publik sebagai Tuan Rumah Miss Universe 2016. Identitas sebagian besar bersumber dari perkumpulan sosial yang berasal dari pengaruh penyebaran ide secara domestik. Sementara itu, identitas terbentuk didasarkan pada pemahaman kolektif atau intersubjektif melalui “pembentukan gagasan bersama” (shared ideas) melalui berbagai faktor ideasional (non-material) seperti kebudayaan, sejarah, ilmu pengetahuan, agama dan keyakinan normatif. Oleh karena itu, identitas sosial filipina adalah obsesi nasional Filipina terhadap kontes kecantikan, karena kontes kecantikan di Filipina merupakan bagian dari keseharian interaksi masyarakat di seluruh wilayah Filipina secara domestik sejak masa penjajahan hingga saat ini.

Penggunaan Miss Universe sebagai instrumen diplomasi publik Pemerintah Filipina berdasarkan obsesi nasional Filipina terhadap kontes kecantikan yang dibentuk oleh faktor sejarah akar budaya yang berkembang di masyarakat Filipina yang mencintai kontes kecantikan sejak masuknya kolonial Spanyol dan Amerika di Filipina. Pada masa kolonialisme spanyol di Filipina selama kurang lebih 265 tahun menyebarkan budaya dan agama. Seperti misalnya festival keagamaan santa cruzan, festival keagamaan katolik dan juga bentuk kontes kecantikan pertama di Filipina, yang selalu diselenggarakan oleh seluruh masyarakat filipina dari berbagai golongan yang juga mayoritas beragama katolik karena pengaruh kolonialisme Spanyol. Parade festival santa cruzan juga menjadi satu satunya hiburan masyarakat filipina dan melibatkan interaksi sosial seluruh masyarakat filipina dalam memilih gadis paling tercantik di tiap desa di Filipina untuk memerankan ratu atau reyna dalam festival dan akhirnya terbentuk gagasan kecintaan akan keindahan kontes

kecantikan yang memproyeksikan keindahan, kemuliaan, kebanggaan dan kemenangan melalui seorang wanita cantik yang menjadi ratu dengan mahkota, gaun yang indah dan diarak ke seluruh kota membawa suka cita dalam agama katolik yang dianut mayoritas masyarakat Filipina. Bahwa melalui kontes kecantikan merupakan bagian dari budaya dan agama katolik mayoritas masyarakat Filipina. Pada masa kini, festival santa cruzan berkembang dan diselenggarakan juga oleh diaspora Filipina di negara lain dan misalnya bagi banyak anak muda keturunan Filipina-Amerika, terpilih sebagai salah satu reyna atau ratu dalam festival santa cruzan merupakan kebanggaan dan cara untuk terhubung dengan akar Filipina mereka (ABS-CBN, 2014).

Penggunaan Miss Universe sebagai instrumen diplomasi publik Pemerintah Filipina berdasarkan obsesi nasional Filipina terhadap kontes kecantikan yang dibentuk oleh faktor sejarah akar budaya yang berkembang di masyarakat Filipina yang mencintai kontes kecantikan pada masa penjajahan Amerika Serikat yang berlangsung selama 48 tahun di Filipina. Pengaruh masa penjajahan AS terkait kontes kecantikan di Filipina dimulai sejak awal tahun 1900-an tepatnya pada 1908 diselenggarakannya Manila Carnival, satu-satunya hiburan tingkat nasional terbesar yang juga populer pada masa itu di seluruh antero Filipina dan terdapat pemilihan Ratu Karnaval (Carnival Queen) didalamnya. Ratu Karnaval diselenggarakan sebagai bagian dari pesta dan perayaan lokal. Pada perkembangannya kontes ratu karnaval yang populer ini berkembang menjadi lebih formal, yaitu Miss Philippines. Miss Philippines diikuti oleh gadis-gadis tercantik yang mewakili tiap provinsi di Filipina, sehingga menjadikan kontes kecantikan menonjol dalam budaya Filipina dan terus dicinta hingga saat ini.

Penggunaan Miss Universe sebagai instrumen diplomasi publik Pemerintah Filipina berdasarkan obsesi nasional Filipina terhadap kontes kecantikan dibentuk oleh kontes kecantikan kontemporer yang menjadi budaya populer di Filipina. Kontes kecantikan memiliki tempat yang menonjol dalam budaya populer Filipina, karena di setiap lapisan masyarakat, kontes kecantikan telah menjadi bagian integral dari

kehidupan sehari-hari masyarakat Filipina. Kontes kecantikan di Filipina merupakan bagian dari hiburan dalam festival yang diadakan di tingkat lokal dengan kontes di barangay (desa) terdapat 40.000 barangay yang semuanya memiliki kontes kecantikan, selain itu juga tingkat kota, provinsi, dan regional. Sebagai budaya populer, kontes kecantikan dinarasikan melalui publisitas dan media massa (Guillen, 2023). Kontes kecantikan disiarkan melalui televisi dan surat kabar. Kontes kecantikan kontemporer yang berkembang di Filipina merupakan kontes nasional besar seperti Binibining Pilipinas dan Mutya ng Pilipinas yang menarik banyak penonton televisi setiap tahunnya. Bagi kontestan para pemenang Binibining Pilipinas berkesempatan menjadi perwakilan Filipina di kontes kecantikan internasional seperti Miss World, Miss International, dan Miss Universe.

Bagi negara seperti Filipina, Miss Universe lebih dari sekedar kontes kecantikan. Bahkan Jessica Zafra, feminis, menyatakan bahwa yang tidak dapat disangkal adalah bahwa orang Filipina menyukai Miss Universe dan itu adalah bagian dari sejarah Filipina. Setiap tahun, kontes Miss Universe adalah salah satu kontes televisi yang paling ditunggu di Filipina karena menjadi satu satunya kontes kecantikan internasional yang ditayangkan melalui stasiun tv nasional dan menarik jutaan pemirsa setiap tahunnya (Alif Daffa Satria Does, 2018). Bahkan pada penyelenggaraan Miss Universe 1974 dan 1994, menjadi satu satunya tayangan di yang kebetulan hanya ada satu siaran televisi di Filipina dan dimiliki oleh pemerintah yaitu DZKB-TV dibawah ABS-CBN. Masyarakat di Filipina dengan gembira menonton Miss Universe untuk mendukung perwakilan mereka yaitu, Miss Filipina. Miss Universe mendapatkan tempat spesial bagi masyarakat Filipina karena Miss Universe adalah kontes kecantikan pertama yang berhasil dimenangkan oleh Filipina pada tahun 1969 oleh Gloria Diaz dan kedua kali pada tahun 1973 oleh Margie Moran (Sigit Prayoga Pangestu, 2023).

Sebagai budaya populer, Miss Universe membentuk antusiasme masyarakat Filipina terhadap kontes kecantikan yang biasa disebut “national obsession of beauty pageants” yang membentuk pride/kebanggaan. Kesuksesan yang diraih oleh perwakilan Filipina di

kontes kecantikan internasional menjadi sumber dari kebanggaan nasional dan persatuan bagi masyarakat Filipina. Karena masyarakat Filipina memandang bahwa, kontes kecantikan merupakan platform untuk menunjukkan kecantikan, keterampilan, dan budaya yang dimiliki Filipina di kancah global. Pada 4 Juni 2022, peneliti bertanya “mengapa orang Filipina sangat menyukai kontes kecantikan” secara langsung kepada Miss Global 2022 asal Filipina, Shanne Tormes, dan beliau menjawab bahwa “orang Filipina senang untuk tampil dan terkenal melalui kontes kecantikan dan kontes kecantikan memberikan rasa bangga apabila perwakilan Filipina memenangkannya”. Shanne Tormes menambahkan bahwa “poin poin tersebutlah yang membuat ia memutuskan untuk mengikuti kontes kecantikan yaitu untuk dapat dikenal dan membanggakan bagi Filipina”. Hal tersebut dijelaskan oleh J. Pilapil Jacobo, asisten profesor sastra dan studi gender di Universitas Ateneo de Manila yang menyatakan bahwa, untuk negara seperti Filipina yang seperlima penduduknya hidup di bawah garis kemiskinan, kontes kecantikan memungkinkan mereka merasakan kemenangan yang tidak dapat diraih dalam kehidupan sehari-hari, lalu juga proyeksi keindahan, keindahan intelektual, kesadaran budaya ini menimbulkan rasa kebanggaan atau nasionalisme terhadap negaranya bangsa.

Dengan kata lain kontes kecantikan merupakan pelarian dari kenyataan, bahwa sebuah kontes yang menghibur terkadang menjadi solusi dari semua masalah yang harus dihadapi sebagian besar masyarakat Filipina sehari-hari dan hiburan yang berfungsi sebagai sumber glamor, kegembiraan, dan inspirasi. Selain itu bagi para kandidat, kontes kecantikan dapat menjadi batu loncatan untuk meningkatkan mobilitas sosial dan ekonomi. Menurut Jose Wendell Capili, pemenang kontes kecantikan dapat keluar dari kemiskinan. Sebagai contoh hadiah bagi pemenang Miss Manila sebesar P500,000 atau 10,000 Dollar AS dan kontrak bakat dengan Viva Entertainment, yang mana sebagian dari hadiah uang tunai berasal dari dana pribadi Walikota Joseph Estrada sendiri – sebuah praktik umum di Filipina bahwa para politisi menjadi tuan rumah dan mengatur kontes untuk daerah pemilihan mereka. Contoh lainnya ialah

Janicel Lubina, mewakili Filipina dalam kontes Miss International di Jepang pada tahun 2015. Dia dijuluki sebagai Cinderella-nya Filipina, karena cerita kemiskinannya namun ia berhasil menjadi seorang ratu kecantikan. Menurut Janicel, bergabung dengan kontes kecantikan dunia adalah cara untuk keluar dari kemiskinan dan membantu keluarganya. Menurut Psikolog asal Filipina, Vincent Quevada menjelaskan mengapa orang Filipina kecanduan kontes kecantikan, karena orang Filipina senang melihat cerita seperti Cinderella. Orang tua mempengaruhi putri mereka untuk mengikuti kontes kecantikan di usia yang sangat muda karena ketenaran, uang, dan kebanggaan yang didapat dari kemenangan.

Berdasarkan semua temuan penelitian di atas bahwa, penggunaan Miss Universe sebagai instrumen diplomasi publik Pemerintah Filipina berdasarkan identitas nasional Filipina yaitu obsesi nasional Filipina terhadap kontes kecantikan. Diperkuat oleh pernyataan Grace H. Aguilin-Dalisay (2017), Ph.D., Professorial Lecturer Universitas Filipina Diliman, bahwa memang benar kontes kecantikan merupakan bagian penting dari budaya populer dan identitas nasional di Filipina. Identitas nasional tersebut didasarkan pada faktor bahwa kontes kecantikan telah ada dan berkembang di Filipina sejak masa penjajahan Spanyol melalui Santa Cruzan, masa penjajahan AS melalui Manila Carnival yang terdapat Carnival Queen lalu berkembang menjadi Miss Philippines, dan kontes kecantikan kontemporer sebagai budaya populer Filipina hingga saat ini.

Identitas tersebut dibentuk melalui budaya populer bahwa, berdasarkan dimensi budaya populer yang dicetuskan oleh Brummett, budaya populer melibatkan bidang kehidupan sosial dan partisipasi publik yang terbilang aktif. Karena sebagai bagian dari 'budaya masyarakat', budaya populer ditentukan oleh interaksi antar individu di wilayah tersebut, khususnya dalam menjalani aktivitas mereka sehari-hari. Begitu pula Masyarakat Filipina sudah mengenal pada kontes kecantikan di usia muda, kontes kecantikan secara bertahap menjadi suatu keharusan ketika menghibur banyak orang dan membentuk kebiasaan masyarakat Filipina. Bahkan kontes kecantikan pada masa penjajahan Spanyol seperti Santa Cruzan yang masih dipraktikkan hari ini, hingga pada masa penjajahan AS melalui

Carnival Queen yang berkembang menjadi Miss Philippines maupun Kontes kecantikan kontemporer yang berkembang hingga saat ini. Itu semua menjadikan kontes kecantikan sebagai satu satunya hiburan masyarakat Filipina yang memfasilitasi praktik dan interaksi masyarakat Filipina untuk berkumpul.

Sehingga kontes kecantikan ada dimana-mana dan ditemukan dalam keseharian masyarakat Filipina maupun acara-acara penting bagi masyarakat di Filipina. Kontes kecantikan diadakan di setiap barrios, kota besar dan kecil di Filipina selama adanya festival atau acara khusus lainnya. Setiap kali kontes kecantikan diadakan, orang-orang pasti akan ikut berpartisipasi keluar rumah hanya untuk menjadi bagian dari kerumunan orang-orang. Seperti halnya menurut Christopher Geist dan Jack Nachbar yang berpendapat bahwa dimensi pertama yang dilibatkan dalam budaya populer ialah mengenai kepercayaan, nilai, dan aktivitas atau aksi dari jumlah populasi yang cukup besar dalam mengekspresikan mengenai sesuatu hal. Sehingga pada interaksi atau praktek sosial tersebut tidak hanya mempertemukan fisik antara gen, tetapi juga mempertemukan, mempertukarkan, mempersamakan dan mendifusikan subjektivitas-subjektivitasnya (Sugiarto Pramono, Andi Purwono, 2010). Oleh karena itu, pada saat interaksi berlangsung terjadi pertemuan dan pertukaran Ide antar individu yang terlibat sehingga terbentuk pemahaman bersama (shared understanding) tentang orang atau hal lain, struktur, dan diri sendiri terutama identitas nasional.

Identitas nasional yang menurut perspektif konstruktivisme pada hakikatnya dibangun melalui interaksi harian seseorang atau komunitas yang tidak hanya berhubungan dengan orang lain, melainkan juga melainkan juga berhubungan dengan gagasan, pemandangan alam, seni, musik, televisi, bioskop, surat kabar, makanan, pakaian, hal-hal yang berhubungan dengan dunia hiburan dan hal-hal yang umum dan merupakan bagian dari budaya masyarakat. Misalnya ketika kontes kecantikan nasional atau internasional diadakan, warga Filipina pasti akan menyalakan televisi atau mencarinya di internet hanya untuk mendapatkan informasi kontes tersebut. Kontes kecantikan kontemporer seperti

Binibining Pilipinas, Mutya Ng Filipinas, dan Miss Universe merupakan budaya populer bagi masyarakat Filipina yang berhubungan dengan seni, musik, dan hiburan televisi. Bahkan penyelenggaraan Miss Universe 1974 dan 1994 menjadi satu satunya kontes kecantikan internasional yang ditayangkan sebagai acara televisi pada jam tayang utama di Filipina sebagai tuan rumah. Pada saat itu hanya ada satu siaran televisi di Filipina dan dimiliki oleh pemerintah yaitu DZKB-TV dibawah ABS-CBN, sehingga ditonton oleh seluruh jutaan masyarakat Filipina. Jutaan masyarakat Filipina tersebut menerima informasi kontes kecantikan dan proyeksi keindahan, gagasan tentang ketenaran dan kekayaan dalam semalam yang diasosiasikan dengan arak-arakan sebagai motif yang populer di Filipina.

Antusiasme masyarakat filipina yang mencintai kontes kecantikan terutama Miss Universe, mereka menginginkan kembali untuk menjadi tuan rumah miss universe. Hal tersebut merupakan dampak atas Miss Universe 2015 yang dimenangkan oleh wakil filipina, Pia Alonzo Wurtzbach, setelah penantian panjang selama 42 tahun ketika miss universe terakhir dimenangkan oleh Margie Moran tahun 1973. Sehingga, mereka bisa menyaksikan Pia alonzo melakukan last walk sebagai miss universe dan memahkotai pemenangnya. Selain itu, rodrigo duterte yang merupakan presiden filipina juga berasal dari daerah yang sama. Pada 4 Juni 2022, peneliti bertanya “mengapa Pemerintah Filipina memilih menjadi tuan rumah Miss Universe sebagai diplomasi publiknya?” secara langsung kepada Miss Global 2022 asal Filipina, Shanne Tormes, dan beliau menjawab bahwa “Pemerintah Filipina akan mendukung masyarakat Filipina untuk tampil dan membanggakan Filipina, selain itu juga untuk mempromosikan Filipina”.

Analisa penelitian ini juga didukung dengan adanya hasil diskusi atau focus group disscussion (FGD) yang dihelat oleh Center For Southeast Asian Social Studies Universitas Gadjah Mada melalui program SEA Chat (Yumna Amalia, 2023). Hasil FGD ini dipublikasikan melalui website resmi dan ditulis oleh Phoo Wai Yan Myint pada 9 March 2023 dengan judul “Kontes Kecantikan di Filipina: Akankah Pengaruh Global Berhenti Seiring dengan Kemenangan Beruntun?”. FGD dengan tema bahasan Kontes

kecantikan dan Filipina, dihadiri oleh para pegawai magang berjumlah 13 asal Indonesia 3 pegawai magang internasional dari Myanmar and Filipina. FGD ini dipimpin oleh Yumna Amalia Maghfirah, salah satu pegawai magang, mempresentasikan mengenai Industri kontes kecantikan Filipina dan bagaimana industri ini membantu Filipina baik secara diplomatik maupun ekonomi, dan masyarakat Filipina yang memberikan dukungan penuh terhadap kontes kecantikan. Presentasi dimulai dengan menjelaskan sejarah kontes kecantikan pada awal kemunculannya dari Yunani kuno dan abad ke-19 hingga abad ke-21 melalui perkembangannya yang berbeda dari tahun ke tahun. Secara umum menjelaskan bahwa masyarakat Filipina terobsesi dengan kontes kecantikan merupakan dampak atas penjajahan Spanyol dan Amerika. Obsesi terhadap kontes kecantikan tersebut menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Filipina, sebagai cara untuk keluar dari kemiskinan. Karena dengan berpartisipasi dan bahkan memenangkan kontes kecantikan dapat mengubah kehidupan mereka. Pembicara mengambil contoh kasus Imelda Marcos, Istri Presiden Filipina Ferdinand Marcos, yang keluarganya bangkrut dan tumbuh miskin. Namun, ketika dia memenangkan kontes kecantikan lokal pada usia 18 tahun, dia bertemu dengan Ferdinand Marcos dan menjalani kehidupan yang lebih baik terutama secara ekonomi. Bahkan Imelda menjadi Ibu Negara Filipina yang memiliki power atau kekuasaan yang kuat, seperti misalnya kebijakan Filipina untuk menjadi tuan rumah Miss Universe 1974 yang merupakan murni keputusan Imelda Marcos.

Pada pelaksanaan FGD ini pembicara dan peserta terlibat aktif membahas kontribusi maupun pengaruh kontes kecantikan di komunitas global dan membahas peran kontes kecantikan apakah hanya sekedar sebagai pertunjukan kecantikan dan hiburan saja. Dapat disimpulkan bahwa hasil FGD para peserta dan pembicara sepakat mengenai industri kontes kecantikan Filipina berupaya untuk mempromosikan budaya nasional, kesadaran akan isu-isu global yang spesifik, pembentukan komunitas inklusif, sebagai national branding, meningkatkan pariwisata serta diplomasi, dan advokasi melakukan kampanye publik dan mewakili masyarakat marginal. Filipina meningkatkan industri kontes kecantikan

melalui media nasional dan sosial, kamp kecantikan (pelatihan intensif dan upaya semua orang di belakangnya), dan terdapat beberapa investasi dan sponsor dari banyak konglomerat dan korporasi serta perusahaan yang sekaligus bermanfaat bagi perusahaan bisnis. Selain itu masyarakat Filipina di luar negeri menyelenggarakan kontes kecantikan mereka sendiri, melibatkan industri seperti perancang busana dan penata rias. Oleh karena itu, obsesi nasional Filipina terhadap kontes kecantikan tidak akan pudar. Sebagai tambahan sesi diskusi ini langsung mendengarkan perspektif pekerja magang asal Filipina, dan bagaimana masyarakat Filipina membentuk lingkungan yang toxic dalam mendukung kandidat maupun industri kontes kecantikan itu sendiri. Namun disatu sisi, kontes kecantikan efektif dalam kaitannya dengan diplomasi Filipina terutama di wilayah Asia Tenggara.

3. KESIMPULAN

Faktor- faktor pendorong Filipina melaksanakan diplomasi publik sebagai tuan rumah Miss Universe edisi ke-65 tahun 2016 ialah faktor material dan faktor ideasional yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

Faktor pendorong material berupa kepentingan nasional Filipina yaitu keamanan dan terutama ekonomi. Isu Ancaman terorisme dan tingginya angka kriminalitas di Filipina mempengaruhi image negatif Filipina dan berdampak terhadap industri pariwisata yang vital dalam pertumbuhan ekonomi Filipina. Hal tersebut dibuktikan dengan data yang dihimpun Departemen Pariwisata Filipina bahwa industri pariwisata mengalami kerugian 11 Juta USD dan turunnya angka wisatawan asing yang terutama berasal dari Amerika Serikat dan China (sekarang Republik Rakyat Tiongkok) karena travel warning. Disatu sisi Filipina ingin membentuk image atau citra positif sebagai negara tujuan wisata internasional di tahun 2017 namun terhambat karena travel warning, infrastruktur yang kurang memadai, kurangnya efektivitas nation branding melalui slogan “WOW Philippines” dan “It’s More Fun in the Philippines”. Poin terakhir adalah memaksimalkan potensi industri kontes kecantikan yang menjanjikan di Filipina dan berdampak baik terhadap industri lain seperti mode,

kecantikan, dan showbiz atau hiburan. Oleh karena itu, berdasarkan faktor material tersebut guna tercapainya kepentingan nasional Filipina diraih melalui diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah penyelenggara Miss Universe edisi ke-65 tahun 2016. Miss Universe sebagai kontes kecantikan berfungsi sebagai platform tidak hanya untuk merayakan keindahan tetapi juga untuk mempromosikan pariwisata, menghapus hambatan Filipina sebagai negara tujuan wisata internasional 2017, dan memperoleh keuntungan absolut atas kepentingan ekonomi. Miss Universe merupakan mega event yang memiliki publikasi internasional yang luas dan sejalan dengan pandangan diplomasi publik mengenai isu dan image, bahwa isu negatif yang berdampak terhadap citra buruk Filipina dapat dihalau dengan menepis image negatif tersebut dan membuat image positif yang mempengaruhi opini publik domestik dan internasional. Bahwa Filipina merupakan negara yang aman, stabil, dan layak dikunjungi sebagai negara tujuan wisata internasional dan di satu sisi mengoptimalkan industri kontes kecantikan di Filipina. Hal tersebut dapat diraih dengan aktivitas-aktivitas diplomasi publik pada momentum penyelenggaraan Miss Universe di Filipina seperti news management, strategic communications, dan relationship building.

Faktor pendorong ideasional berupa faktor sejarah yaitu pengaruh masa penjajahan atau kolonialisme Spanyol dan Amerika Serikat di Filipina yang memperkenalkan dan mengembangkan kontes kecantikan di Filipina. Faktor agama, mayoritas penduduk Filipina sebanyak 78,8% menganut Katolik dan festival keagamaan santacruzian merupakan tonggak awal kontes kecantikan di Filipina dan tetap diselenggarakan sejak pertama kali hadir pada masa penjajahan Spanyol hingga saat ini. Pada masa penjajahan AS di Filipina terdapat Manila Carnival, hiburan nasional sejak 1908-1946, menghadirkan kontes kecantikan Ratu Karnaval (Carnival Queen) yang berkembang menjadi Miss Philippines. Selain itu, perkembangan teknologi, masa dekolonisasi, dan kondisi sosial ekonomi masyarakat Filipina yang satu perlima penduduknya hidup dibawah garis kemiskinan membuat kontes kecantikan kontemporer berkembang dan menjadi bagian dari budaya populer Filipina seperti Mutya Ng Pilipinas dan Binibining Pilipinas

yang menjadi kontes kecantikan nasional yang ditayangkan di televisi nasional dan ditonton jutaan masyarakat Filipina. Melalui Binibining Filipinas, masyarakat Filipina mengenal Miss Universe. Miss Universe juga menjadi budaya populer Filipina yang ditonton jutaan masyarakat Filipina baik secara langsung, melalui televisi, maupun pada masa kini melalui platform media sosial. Miss Universe sebagai kontes kecantikan internasional membawa kebanggaan nasional bagi Filipina karena perwakilan Filipina memenangkan Miss Universe pada tahun 1969 dan 1973. Begitu pula dengan Pia Wurtzbach sebagai Miss Philippine kembali memenangkan Miss Universe setelah 42 tahun penantian. Efek kemenangan tersebut menjadi momentum dan peluang bagi Pemerintah Filipina untuk merayakan kebanggaan nasional dan membentuk citra positif di kancah internasional dengan menjadi tuan rumah penyelenggara Miss Universe. Pola yang sama juga dapat dilihat pada saat 1973 Morgan Marie, Miss Philippines, memenangkan Miss Universe dan pada tahun 1974 Pemerintah Filipina menjadi tuan rumah Miss Universe.

Sehingga kontes kecantikan menjadi bagian keseharian seluruh masyarakat Filipina dari semua kalangan usia, status sosial, maupun latar belakang. Kontes kecantikan hadir dalam festival, acara keagamaan, acara penting di seluruh Filipina menjadi sumber interaksi baik langsung maupun tidak dan perkumpulan sosial sehari-hari masyarakat Filipina yang diperkenalkan sejak masa kolonialisme hingga dengan perkembangannya saat ini. Kontes kecantikan dan terutama Miss Universe sebagai budaya populer menjadi tontonan masyarakat Filipina pada jam utama siaran televisi Filipina, terutama 92,9 juta orang Filipina menonton televisi dan bahkan Miss Universe 1974 dan 1999 menjadi salah satu rating televisi tertinggi dalam sejarah pertelevisian Filipina. Hal tersebut membentuk obsesi masyarakat Filipina terhadap kontes kecantikan, yang menjadi identitas nasional Filipina yang menjadi dasar Filipina menjadi tuan rumah Miss Universe sebagai instrumen diplomasi publiknya. dibuktikan oleh fenomena kemenangan Pia Wurtzbach sebagai Miss Universe 2015 merupakan kebanggaan nasional, didukung oleh pernyataan Miss Global 2022 asal Filipina, Shanne Tormes, bahwa Pemerintah Filipina

akan mendukung masyarakat Filipina untuk tampil dan membanggakan Filipina dan hasil FGD Center For Southeast Asian Social Studies Universitas Gadjah Mada melalui program SEA Chat. Sehingga faktor ideasional inilah merupakan faktor pendorong paling utama sebagai input langkah diplomasi publik Filipina sebagai tuan rumah Miss Universe edisi ke-65 tahun 2016. Karena identitas sosial merupakan akar atas kepentingan nasional dan kepentingan nasional membentuk tindakan.

REFERENSI

- ABS-CBN News Editor. "Pinoys Celebrate Santacruzian Flores De Mayo Jersey City." ABS-CBN News (29 mei 2014) internet. 25 maret 2024, <https://news.abs-cbn.com/global-filipino/05/29/14/pinoys-celebrate-santacruzian-flores-de-mayo-jersey-city>
- Aguiling-Dalisay, G., "Beauty queens and new femininities in a neoliberal globalizing Philippines." Dalam: Tan, W. H. and Manzon, J. (Eds.), 2017. *Celebrity philanthropy and activism: International perspectives*. Springer Nature, pp. 197-213. ISBN 9781315306872.
- Alif Daffa Satria Dores. "Implikasi Penyelenggaraan Miss Universe 2016 terhadap Nation Branding Filipina Sebagai Negara Tujuan Wisata Internasional 2017". Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Guillen, N. B. Jr., "Leveraging beauty pageants for brand exposure: An analysis of sponsorships and advertising opportunities in Philippine pageantry." *Marketing Science & Inspirations*, No. 4 Vol.18 (30 Desember 2023) 12.online.internet, 14 Mei 2024, <https://msijournal.com/>
- Iva Rachmawati. *Diplomasi Publik: Meretas Jalan Bagi Harmoni Dalam Meretas Hubungan Antar Negara*, Calpulis : Yogyakarta, 2016.
- Leonard, Mark. *Diplomacy by Other Means*, London : The Foreign Policy Centre, 2002.
- Robert Jackson & George Sorensen. *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, Oxford : Oxford University Press, Edisi Kedua, 2003.
- Philippines Government Website. "Memorandum Circular No. 13". Office of the President of the Philippines, (28 desember 2016). internet. 23 Agustus 2022. www.officialgazette.gov.ph
- Sigit Prayoga Pangestu. "Filipina, negara yang sangat terobsesi terhadap ajang kontes kecantikan dunia." Hops.id (9 November 2023) internet. 13 mei 2024, <https://www.hops.id/trending/29410808332/filipina-negara-yang-sangat-terobsesi-terhadap-ajang-kontes-kecantikan-dunia>

- Sugiarto Pramono dan Andi Purwono, "Konstruktivisme Dalam Studi Hubungan Internasional: Gagasan dan Posisi Teoritik", Spektrum Jurnal Politik Ilmu Hubungan Internasional Universitas Wahid Hasyim, No. 2 Vol. 7 (2010). online. internet. 17 agustus 2023. publikasiilmiah.unwahas.ac.id
- Tim Rappler.com. "The Philippines' beauty pageant obsession: Who benefits?". "Rappler.com, (2018) internet. Maret 2021, <https://www.rappler.com/newsbreak/>.
- T.U.S.M. Judy Virtucio. "Pretty Hurts: University of the Philippines Cebu Students' Perception towards International Beauty Pageants."Academia Edu (2016) internet.18 Januari 2023. www.academia.edu