

### **BAB III**

## **PERAN PIALA DUNIA FIFA 2014 SEBAGAI UPAYA DALAM MEMPERLUAS DIPLOMASI PUBLIK BRASIL**

Pada bab sebelumnya, penulis telah memaparkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah Brasil dalam rangka penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2014. Dari aktivitas-aktivitas tersebut, penulis melihat terdapat peran dari Piala Dunia ini sendiri sebagai sarana untuk *Diplomasi publik* Brasil, yakni menandai prestise Brasil, menyampaikan gambaran positif mengenai Brasil, mengedepankan citra dan identitas Brasil sesuai dengan kebijakan Brasil, dan mendorong kebanggaan dan kesatuan masyarakat Brasil. Peran-peran ini tetap sejalan dengan tujuan diplomasi itu sendiri menurut Leonard, yaitu meningkatkan familiaritas, meningkatkan apresiasi, menarik masyarakat, serta mempengaruhi perilaku orang lain.

#### **A. Menandai Identitas ( Prestise ) Brasil**

Negara Brasil merupakan suatu negara dengan wilayah terbesar di Amerika Selatan dengan ibu kotanya yakni Brasillia. Luas wilayah Brasil sendiri mencapai 8.511.9655 km<sup>2</sup> atau hampir separuh dari luas wilayah Amerika Serikat.<sup>1</sup> Brasil memiliki memiliki berbagai keindahan alam serta beragam budaya khas sbagai penujuk identitas Brasil. Hal ini dimanfaatkan oleh pemerintah Brasil untuk menunjang sektor pariwisata yang ada di Brasil. Salah satu daya tarik wisata Brasil adalah karnaval kebudayaan terbesar di dunia yang diadakan di Rio d Jeneiro setiap setahun sekali, selain itu di Rio d Jeneiro juga terkenal akan keindahan pantainya.

---

<sup>1</sup> The WorldFact CIA.*Environment – Current Issues*.



Gambar 3.1 dan 3.2. Karnaval di Rio D Jeneiro dan Pantai Copacabana (Sumber: EMBRATUR)

Sepak bola merupakan olahraga yang sangat populer dengan penyelenggaraan Piala Dunia FIFA menjadi perhatian dunia bahkan sebelum ia diselenggarakan. Memahami hal tersebut, ditambah dengan nilai historis sepak bola di Brasil sendiri, tentunya menjadi bagian dari strategi diplomasi Brasil dalam memilih untuk ikut serta dalam *bidding* Piala Dunia.

Turnamen sepak bola memiliki daya promosinya sendiri dan acara sebesar Piala Dunia tentu saja menarik perhatian khalayak tidak hanya pada penyelenggaraan turnamen yang berlangsung namun juga pada tuan rumahnya. Menurut penulis, dengan menampilkan prestise sebagai penyelenggara, Brasil berupaya untuk memelihara ekstensi daya tarik tersebut dan juga memberikannya suatu platform untuk melibatkan diri pada berbagai aspek yang menyangkut sepak bola dan Piala Dunia tersebut.

Nama sebagai penyelenggara Piala Dunia FIFA 2014 juga terlihat dalam bagaimana ia digunakan sebagai platform untuk Brasil menjalin komunikasi dan kerja sama baik secara bilateral maupun multilateral. Pembentukan *The Cup Administration Committee* (CGCOPA) yang dibentuk oleh Presiden Luiz Inacio Lula da Silva pada 14 Januari 2010. CGCOPA 2014 ini beranggotakan instansi dari 25 kementerian dan secretariat. Lalu

*The Cup Executive Group (GECOPA)*: GECOPA terdiri dari enam kementerian dan dua sekretariat kementerian, tujuan pembentukan GECOPA adalah sebagai badan koordinasi dan konsolidasi tindakan, menetapkan tujuan dan memantau hasil pelaksanaan rencana strategis untuk Piala Dunia FIFA 2014. Yang mana menurut penulis sendiri menandakan kesadaran untuk menggunakan Piala Dunia ini sebagai platform yang digunakan baik oleh organ-organ pemerintah maupun swasta untuk membentuk strateginya dalam mengkomunikasikan pesan yang berusaha ditampilkan Brasil. Penulis melihat bahwa pembentukan Kedua struktur fundamental pemerintah tersebut bekerjasama bersama *Local Organizing Comitte (LOC)* Piala Dunia FIFA 2014 dan induk organisasi sepak bola Brasil yakni CFB dalam menyelenggarakan Piala Dunia FIFA 2014<sup>2</sup> sebagai suatu struktur resmi menjadikannya contoh sempurna pada bagaimana Brasil Selatan berusaha untuk meluaskan *Diplomasi publiknya*.

## **B. Menyampaikan Gambaran Positif mengenai Brasil**

Ociepka mendefinisikan tugas dari diplomasi publik adalah untuk menciptakan atau mendorong citra positif dari suatu negara dan masyarakatnya, dan dengan mempengaruhi opini publik dalam membentuk perilaku positif terhadap negara tersebut, dan dalam konsekuensinya, membuat tujuan kebijakan internasional lebih mudah untuk diperoleh.<sup>3</sup> Penciptaan dan

---

<sup>2</sup> Data didapat dari arsip Embassy of Brasil (2014).*Informatif Summary 2014 FIFA World Cup*.Halaman 6.Diakses pada 25 April 2018

<sup>3</sup> B. Ociepka, *Within the EU: New Members' Public Diplomacy*, (2011) dikutip dalam Marta Kieldanowics, "Instruments of public diplomacy in promotion of Poland" dalam Ferran Lalueza, et.al (eds). *Competing Identities:The State of Play of PR in the 2010s*, ( UOC Editorial, 2011) , hal. 60, diakses melalui [http://www.uoc.edu/symposia/meetingcom2011/docs/draft\\_proceedings.pdf#page=59](http://www.uoc.edu/symposia/meetingcom2011/docs/draft_proceedings.pdf#page=59) pada 25 April 2018

penyampaian pesan gambaran positif inilah yang berusaha dilakukan oleh Brasil dalam memanfaatkan daya tarik media global yang ada selama Piala Dunia FIFA 2014.

Berinvestasi dalam sebuah acara olahraga pada skala dan ukuran Piala Dunia FIFA mengizinkan Brasil untuk mempromosikan semangat negara untuk pertandingan sepak bola dan menunjukkan negara tersebut sebagai tuan rumah yang menyambut dunia. Media global kemudian menyiarkan gambar-gambar dan cerita mengenai Brasil di seluruh dunia, yang memiliki efek positif pada persepsi dunia terhadap Brasil dan setidaknya dalam jangka pendek mendorong citra positif negara tersebut. Dapat dikatakan, melalui pemberitaan berbagai media sebagai daya tarik Piala Dunia ini, Brasil dapat lebih mudah menginformasikan citra positif yang ia ingin bentuk di mata publik.

Berbagai pernyataan pemerintah, yang juga ditunjukkan secara fisik melalui persiapan penyelenggaraan, secara jelas menyatakan bagaimana Piala Dunia FIFA 2014 ini digunakan untuk memberikan gambaran positif mengenai Brasil. Berada dalam kontinen yang diidentikkan dengan meningkatnya kriminalitas di Brasil akibat bertambahnya kunjungan turis asing yang berkunjung ke Brasil. Bertambahnya kunjungan turis ini membuka peluang bagi meningkatnya tindakan kriminal seperti pencurian atau pencopetan dan perdagangan obat-obatan terlarang di Brasil.<sup>4</sup> Kriminalitas yang meningkat di Brasil ini berdampak pada keselamatan dari para turis asing yang berkunjung ke Brasil. Tindakan kriminal yang mengancam para turis asing lebih banyak terjadi pada pencurian harta benda nya. Turis-turis asing ini sering menjadi target dari para pencuri karena para turis-turis asing ini dikarenakan nya datang ke Brasil dengan membawa uang yang banyak dan juga kebanyakan dari nya tidak bisa menggunakan bahasa portugis yang digunakan oleh masyarakat Brasil. Ditambah masyarakat Brasil hanya sedikit yang mampu menggunakan bahasa inggris, sehingga para

---

<sup>4</sup> Lucia .*Social Impacts of Tourism in Brasil*. (Netherlands: Global Sustainable Tourism Review, 2014). Hal. 5.

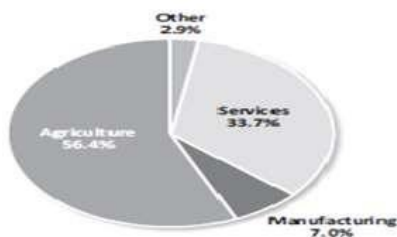
turis asing ini kesulitan untuk berkomunikasi dengan masyarakat Brasil dalam meminta pertolongan. Hal ini membuat para turis asing menjadi sasaran yang mudah bagi aksi pencurian. Meningkatnya jumlah kriminalitas tersebut mempengaruhi jumlah kedatangan turis asing untuk berkunjung ke Brasil, karena mereka khawatir dengan keselamatannya.

Selain itu juga terdapat isu yang sangat mengganggu *image* Brasil sebagai tuan rumah penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2014 yakni masih banyak ditemukannya anak-anak dibawah umur yang dipekerjakan dalam industri pariwisata. Meskipun pemerintah Brasil telah melarang mempekerjakan anak-anak dibawah umur, namun masih banyak ditemukan anak-anak dibawah umur yang dipekerjakan dalam indsutri pariwisata yang besar hubungannya dengan penyelenggaraan Pila Dunia karena disaksikan seluruh dunia dan dihadiri oleh jutaan orang dari berbagai negara, ditambah lagi akan terselenggaranya Piala Dunia FIFA 2014 yang mana akan berdampak pada semakin tumbuhnya industri pariwisata, dimana 32 kontestan dari berbagai belahan dunia berkumpul bersama ribuan bahkan jutaan suporter nya di Brasil. Sehingga semakin besar pula pertumbuhan eksploitasi anak yang terjadi, hal ini terjadi dikarenakan industri pariwisata membutuhkan tenaga kerja yang murah serta menguntungkan, sehingga anak-anak inilah yang menjadi korban dari pembangunan industri pariwisata guna untuk semakin meningkatkan keuntungan bagi pasar industri pariwisata.

Children	Age	Percent
Working	5-14 yrs.	3.5 (1,116,499)
Attending School	5-14 yrs.	97.2
Combining Work and School	7-14 yrs.	4.0
Primary Completion Rate		Unavailable

**Working Children by Sector, Ages 5-14**

Tabel 3.1. Jumlah *Child Labour* di Brasil (Sumber: UNESCO Institute for Statistic 2013)



Grafik 3.2. Prosentasi Bidang Pekerjaan *Child Labour* di Brasil  
(Sumber: UNESCO Institute for Statistic 2013)

Dari data tersebut, menunjukkan prosentase jumlah anak-anak dibawah umur yang menjadi *child labour*. Dimana jumlah anak-anak di Brasil yang menjadi *child labour* pada tahun 2011 cukup besar yakni berjumlah 1.116.499 jiwa. Dan anak-anak ini bekerja di berbagai bidang seperti pertanian, pelayanan serta industri di sektor pariwisata. Maraknya *child labour* di Brasil ini menjadi perhatian serius oleh dunia internasional utamanya oleh *International Labour Organization* serta membuat *image* Brasil sebagai tuan rumah Pala Dunia 2014 menjadi negatif dengan adanya eksploitasi anak-anak di bawah umur yang diperkerjakan pada indsutri pariwisata Brasil. Bahkan pada indeks *child labour* yang dikeluarkan oleh Maplecroft pada tahun 2012, negara Brasil masuk pada kategori *extreme risk* dimana dalam kategori tersebut menunjukkan resiko anak-anak dibawah umur untuk menjadi *child labour* sangat tinggi dan kinerja pemerintah dalam mencegah *child labour* sangat rendah.<sup>5</sup> Tentu hal ini mempengaruhi *image* Brasil dalam penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2014 di lingkup domestik maupun internasional.

Meski penyampaian pesan ditujukan secara global untuk menunjukkan kemampuan Brasil pada dunia maupun secara domestik untuk menggalang dan memperkuat kemampuan

<sup>5</sup> Maplecroft. *Child Labour Index 2012*.

[https://maplecroft.com/about/news/child\\_labour\\_2012.html](https://maplecroft.com/about/news/child_labour_2012.html). Diakses pada 29 April 2018

tersebut, ia dilakukan dalam kerangka menarik dan menjamin pengunjung yang datang ke Brasil untuk mengikuti turnamen ini. Dengan melayani para pengunjungnya dengan sebaik-baiknya, Brasil dapat menjadikan sebagian besar dari pengunjungnya menjadi duta bagi Brasil. Persepsi pengunjung terhadap kesuksesan Brasil dalam menyelenggarakan Piala Dunia FIFA 2014 sendiri, meski dengan segala kelemahannya, menjadi justifikasi dan penguatan terhadap gambaran-gambaran positif yang sudah disampaikan oleh Brasil sebelumnya.

### **C. Mendorong Kohesi, Kebanggaan, dan perekonomian Nasional**

Secara konsisten Pemerintah Brasil berpendapat bahwa olahraga dapat digunakan sebagai alat untuk mendukung dan membantu mewujudkan pembangunan sosial dan ekonomi, termasuk dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs), dan dapat mendorong perilaku sosial yang konstruktif pada individu dan mempromosikan kohesi sosial, toleransi, perdamaian dan keamanan, serta pembangunan bangsa. Pemerintah Brasil pun telah memulai program untuk mendorong kohesi sosial di Brasil untuk mendorong identitas nasional yang positif. Belajar dari penggunaan politik dalam olahraga pada masa ini, olahraga pun dibentuk oleh pemerintah harus menjadi katalisator untuk pembangunan sebuah Brasil non-rasial, non-seksis, demokratis, makmur dan bebas. Terutama, ia harus membangun kohesi sosial dan membangun kebanggaan Brasil. Piala Dunia FIFA 2014 sendiri kemudian disajikan sebagai satu set kesempatan menarik untuk integrasi identitas Brasil yang lebih lanjut.

Per 2008, Pemerintah Brasil berkontribusi sebesar R\$ 22.46 milyar untuk proyek-proyek terkait Piala Dunia ini. Brasil sepanjang 2010 hingga 2014 telah menginvestasikan dana hingga R\$ 22,46 miliar untuk mempersiapkan infrastruktur Piala Dunia yang memadai. Dari investasi tersebut, negara ini bisa meraup kembali pendapatan dari sektor barang dan jasa sebesar R\$ 112,79 miliar. Selain itu, sepanjang tahun 2010 hingga 2014,

terbuka lapangan pekerjaan sebanyak 3,6 juta pekerjaan per tahun dan pendapatan total sebesar R\$ 63,48 miliar bagi penduduknya. Aktivitas Piala Dunia ini juga akan meningkatkan pendapatan pajak hingga R\$ 18,13 miliar dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Dampak langsung dari perhelatan Piala Dunia di Brasil adalah peningkatan produk domestik bruto (PDB) negara mencapai R\$ 64,5 miliar untuk periode 2010-2014. Jumlah tersebut setara dengan 2,17 persen estimasi PDB Brasil pada 2010, yaitu sebesar R\$ 2,9 triliun.

Sejumlah sektor yang sangat diuntungkan dengan diselenggarakannya Piala Dunia adalah konstruksi; makanan dan minuman; layanan bisnis; layanan publik seperti listrik, gas, air, dan sanitasi; serta layanan informasi. Sektor ekonomi lain yang juga meraup keuntungan misalnya layanan bisnis dan penyewaan *real estate*.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Ibid. Hal. 5.