



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 2400-2416

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Diplomasi Olahraga Korea Tourism Organization Melalui Sepakbola Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Korea Selatan Di Indonesia

Ferlin Resnu Destandi^{1✉}, Nurfitri Nugrahaningsih², Adibrata Iriansyah³

Universtas Universitas Tanjungpura

Email: ferlinresnudestandi@student.untan.ac.id[✉]

Abstrak

Penulisan ini bertujuan untuk memaparkan penjelasan mengenai diplomasi olahraga yang dilakukan oleh Korea Tourism Organization melalui sepakbola dalam meningkatkan daya tarik wisata Korea Selatan di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang masuk dalam 10 negara penyumbang wisatawan asing ke Korea Selatan. Korea Tourism Organization terus gencar dalam memperkenalkan dan mempromosikan pariwisata Korea ke berbagai negara termasuk Indonesia. Melalui beragam inovasi, salah satunya menggunakan diplomasi olahraga sepakbola yang mana merupakan olahraga terpopuler di Indonesia. Menurut survei yang dilakukan oleh Ipsos Indonesia pada September 2022, Indonesia menjadi negara dengan penggemar sepakbola terbesar di dunia dengan presentase 69%. Pada penulisan ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penulisan deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka. Dalam penulisan ini penulis sebagai instrumen utama penulisan dengan melakukan analisis melalui analisis dokumen-dokumen, seperti buku, jurnal online dan website terpercaya. Teori yang digunakan dalam penulisan ini ialah teori diplomasi olahraga menurut Stuart Murray. Kemudian, terdapat dua hasil penulisan, yaitu: (1) Melalui penggunaan sporting events seperti acara bertajuk Indonesia Fans Day; (2) Melalui penggunaan sportspeople atau sports envoy, yakni penunjukkan non-state sporting actor sebagai duta kehormatan pariwisata korea oleh Korea Tourism Organization.

Kata Kunci : *Korea Tourism Organization, Diplomasi Olahraga, Pariwisata, Sepakbola, Indonesia.*

Abstract

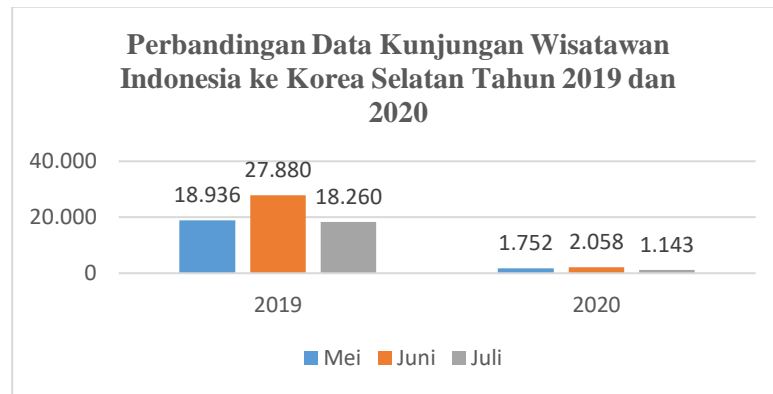
This research aims to provide an explanation of sports diplomacy carried out by the Korea Tourism Organization through football to increasing the attractiveness of South Korean tourism in Indonesia. Indonesia is one of the 10 countries that contribute foreign tourists to South Korea. The Korea Tourism Organization continues to intensively introduce and promote Korean tourism to various countries including Indonesia. Through various innovations, one of them is using football diplomacy which is the most popular sport in Indonesia. According to a survey conducted by Ipsos Indonesia in September 2022, Indonesia is the country with the biggest football fans in the world with a percentage 69%. In this research, the authors used a qualitative approach with descriptive research types and data collection techniques through literature study. In this research, the author as the main research instrument by conducting analysis through analysis of documents, such as books, online journals and trusted websites. The theory used in this research is the theory of sports diplomacy according to Stuart Murray. Then, there are two results of this research, such as: (1) Through the use of sports events such as an event titled Indonesia Fans Day; (2) Through the use of sportspeople or sports envoy, namely the appointment of non-state sporting actors as honorary ambassadors for Korean tourism by the Korea Tourism Organization

Keyword: *Korea Tourism Organization, Sports Diplomacy, Tourism, Football, Indonesia.*

PENDAHULUAN

Pariwisata Korea Selatan menjadi daya tarik tersendiri baik dari tempat wisata yang indah dan menarik maupun penyebaran budaya populer yang dikenal sebagai Korean Wave atau Hallyu. Dapat dipahami jika hal tersebut juga merupakan andil dari Korea Tourism Organization sebagai organisasi dibawah naungan Kementerian Kebudayaan, Pariwisata, dan Olahraga Korea Selatan yang memiliki tugas dalam memperkenalkan dan mempromosikan wisata Korea Selatan maupun budaya populernya ke masyarakat domestik maupun mancanegara, seperti Indonesia. Namun pada akhir tahun 2019 terjadi penyebaran wabah covid-19 yang begitu massif sehingga menjadi tantangan untuk Korea Selatan. Dengan adanya Covid 19 maka terdapat pembatasan perjalanan yang berdampak pada penurunan jumlah kunjungan wisatawan asal Indonesia.

Gambar 1.2. Perbandingan Data Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan Tahun 2019 dan 2020



Sumber: Korean Statistical Information Service, 2023

Melalui informasi di atas dikutip dari KOSIS (Korean Statistical Information Service) bahwa penulis membandingkan 3 (tiga) data pada bulan yang sama, yakni Mei, Juni dan Juli di tahun 2019 dan 2020. Dapat dipahami dalam hal ini bahwa terjadi penurunan yang signifikan terkait kunjungan wisatawan asing asal Indonesia ke Korea Selatan yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 yakni pada bulan Mei 2020 menjadi 1.752 orang, Juni 2020 menjadi 2.058 orang dan Juli 2020 menjadi 1.143 orang. Penurunan tersebut diperjelas dari laporan Yonhap yang dikutip melalui laman Beritasatu bahwa kunjungan wisatawan asal Indonesia ke Korea Selatan mengalami penurunan drastis di semester pertama tahun 2020. Diperkirakan hanya 44.000 orang yang berkunjung ke Korea Selatan pada semester pertama tahun 2020. Sedangkan, jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami penurunan sebesar 68,3 persen dan menurut pihak Korea Tourism Organization pada periode April hingga Juni hanya ada 5.600 pengunjung wisatawan asal Indonesia ke Korea Selatan yang mana jika dipersentasekan dari tahun sebelumnya mengalami penurunan sebesar 93 persen (Hidayat, Feriawan 2020).

Dalam pandangan Yang Su Bae selaku Direktur Korea Tourism Organization Jakarta pada sebuah acara dengan tajuk KTO Roadshow 2021 dikatakan bahwa Indonesia masuk ke dalam jajaran 10 negara dengan penyumbang kunjungan wisatawan terbesar ke Korea Selatan (Siregar dan Situmorang, 2021). Oleh karena itu Korea Tourism Organization perlu segera bertindak dengan membuat langkah baru dalam mempromosikan pariwisata Korea Selatan sehingga industri pariwisata Korea Selatan dapat pulih kembali. Maka Korea Tourism Organization melakukan inovasi dalam mempromosikan industri pariwisata Korea Selatan berupa diplomasi olahraga sepakbola di Indonesia. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan awareness dan daya tarik pariwisata Korea Selatan di Indonesia, khususnya di bidang wisata olahraga Korea Selatan (Visit Korea, 2021).

Disisi lain, olahraga sepakbola Korea Selatan belum begitu populer di Indonesia, bahkan di dunia. Hal tersebut diketahui melalui artikel pada laman Redbull bertajuk '10 Most Watched Viewed Soccer League' bahwa berbeda dengan liga Inggris (Premiere League) menempati urutan pertama pertahun 2018-2019 telah disaksikan sebanyak 3.2 miliar orang dari berbagai dunia (Wright, 2022). Sedangkan merujuk data statistica viewers liga sepakbola Korea Selatan (K-League1) rentang tahun 2013-2022, jumlah penonton terbanyak yakni tahun 2019 sebanyak 2.4 juta penonton (Yoon, 2023).

Melihat fenomena yang ada penulis tertarik untuk melihat upaya yang dilakukan oleh Korea Tourism Organization melalui diplomasi olahraga sepakbola dalam meningkatkan awareness dan daya tarik masyarakat Indonesia terhadap industri pariwisata, khususnya wisata yang berhubungan dengan wisata olahraga. Hal ini dikarenakan olahraga sepakbola merupakan olahraga terpopuler di Indonesia yang dilihat pada hasil survei Ipsos Indonesia bulan September 2022 bahwa Indonesia menjadi negara dengan penggemar sepakbola terbesar di dunia dengan presentase 69% (Sadya, 2022). Oleh karena itu penting untuk mengetahui lebih lanjut terkait penerapan diplomasi olahraga sepakbola oleh Korea Tourism Organization di Indonesia pada tahun 2020-2022.

Berdasarkan penulisan terdahulu penulis telah mengkaji beberapa penulisan yang berkaitan dengan penerapan upaya diplomasi olahraga di Korea Selatan. Pada penulisan pertama ialah skripsi berjudul "Diplomasi Korea Selatan Terhadap korea Utara Melalui Pyeongchang Winter Olympics 2018" tahun 2018 karya Adelia Wijayanti. Dalam penulisannya, Adelia Wijayanti membahas bagaimana mekanisme diplomasi olahraga menurut pandangan Mogleiv Nygard dan Scott Gates dapat berperan dalam memperbaiki hubungan antara Korea Selatan dengan Korea Utara melalui Pyeongchang Winter Olympics 2018.

Pada penulisan kedua ialah jurnal yang berjudul "diplomasi olahraga Korea Selatan Terhadap Korea Utara: Kontribusi Olimpiade Musim Dingin 2018 bagi harmonisasi Hubungan Bilateral" tahun 2020 karya Giselle Karina dan Tulus Yuniasih. Dalam penulisannya menganalisis kontribusi diplomasi olahraga yang dilakukan oleh Korea Selatan terhadap Korea Utara melalui Winter Olympics 2018 dalam harmonisasi hubungan kedua negara tersebut.

Kemudian, pada penulisan ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah terkait bagaimana diplomasi olahraga Korea Tourism Organization melalui sepakbola dalam meningkatkan daya tarik wisata Korea Selatan di Indonesia yang ditinjau dari tahun 2020-2022. Dalam penulisan ini juga terbatas pada pembahasan upaya Korea Tourism

Organization melalui sepakbola sebagai instrumen diplomasi olahraga dapat meningkatkan minat daya tarik masyarakat Indonesia terhadap wisata Korea Selatan, khususnya yang berkaitan dengan wisata dan produk olahraga, seperti K-League dan kunjungan stadion pada tahun 2020-2022.

KERANGKA ANALISIS

Konsep Diplomasi

Secara umum, konsep diplomasi dapat diartikan sebagai pelaksanaan hubungan antara satu negara dengan negara lain. Lebih jelasnya, Sir Harold Nicolson (Fajri, 2022) mengartikan bahwa diplomasi ialah bentuk dari pengelolaan hubungan internasional melalui perundingan, perwakilan, utusan dan isu-isu strategis lainnya. Secara praktis, komponen utama dari diplomasi adalah negosiasi (Prayuda dan Sundari 2019, 84). Dalam hubungan internasional, metode diplomasi terus berkembang seiring perkembangan zaman dan teknologi. Oleh karena itu, secara praktis tidak hanya melalui para diplomat ataupun duta besar suatu negara, melainkan non-state actor juga dapat ikut berkontribusi dalam memenuhi atau mencapai kepentingan suatu negara.

Konsep Pariwisata

Secara umum, pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan perpindahan perorangan atau kelompok dalam jangka waktu sementara ke tempat tujuan diluar tempat mereka tinggal atau hidup. Youti (Astuti, 2021) mendefinisikan bahwa pariwisata berasal dari kata "pari" dan "wisata". Kata 'pari' dapat diartikan sebagai banyak, umum, mengelilingi atau lengkap dan kata 'wisata' dapat diartikan sebagai tamasya atau perjalanan. Sedangkan, kata 'wisata' diartikan sebagai perjalanan atau bepergian. Sehingga, pariwisata diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan berulang kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat lainnya.

Teori Diplomasi Olahraga Menurut Stuart Murray

Diplomasi olahraga merupakan istilah baru yang mendeskripsikan dan mengkonsep ulang praktik lama dimana penggunaan olahraga untuk mencapai tujuan, meminimalisir gesekan dan membawa orang asing berkumpul dalam satu tempat yang sama. Dalam teori ini meyakini bahwa teori-teori mengenai diplomasi post-positivist lebih cocok dipakai di era globalisasi dikarenakan dengan menggunakan non-state actor lebih memiliki progress dalam meningkatkan citra, power, legitimacy dan credibility (Murray 2018, 138). Lebih lanjut, Stuart Murray (2018, 89-90) membagi diplomasi olahraga ke dalam dua tipe diplomasi

olahraga, yakni traditional sports diplomacy dan 'new' sports diplomacy. Dalam penulisan ini, penggunaan sports diplomacy lebih kepada tipe 'new' sports diplomacy yang mana para diplomat dan pemerintah hanya sebagai sporting gatekeeper (hanya memfasilitasi para non-state actors, mengatur dan mengevaluasi sports diplomacy strategies atau kebijakannya).

Oleh karena itu, Stuart Murray (2018, 3) secara spesifik mendefinisikan diplomasi olahraga sebagai sebuah strategi penggunaan sportspeople dan sporting events oleh negara dan non-state actors untuk terlibat menginformasikan dan membuat citra negara yang baik dikalangan publik. Sehingga dengan adanya penerapan diplomasi olahraga tersebut dapat meningkatkan soft power image, reputasi dan kemitraan atau hubungan persahabatan antar negara yang mana berdampak dan bermanfaat secara signifikan terhadap hubungan antar people to people, pendidikan, pengembangan, budaya, perdagangan, investasi dan kepentingan pariwisata (Murray 2018, 94).

Kemudian, Grix dan Brannagan (Murray 2018, 61) juga menjelaskan bahwa penggunaan sporting events dan penggunaan sports envoys or sportspeople merupakan alat diplomatik dalam meningkatkan state's international prestige dan image suatu negara. Seperti halnya kerja sama dalam cabang olahraga sepakbola yaitu antara liga profesional Inggris (Premier League) dengan liga profesional Tiongkok (Chinese Super League) terkait promosi, pertukaran dan dukungan kemajuan serta pengembangan program pelatihan liga professional (Karim dan Wekke 2021, 29).

Lebih lanjut, Stuart Murray (2018, 94-96) menjelaskan bahwa terdapat 4 (empat) alasan umum mengapa negara memilih menggunakan diplomasi olahraga, antara lain: (1) Diplomasi olahraga merupakan bentuk diplomasi baru atau modern yang lebih inovatif. (2) Diplomasi olahraga merupakan bagian dari diplomasi publik yang mana marak diminati dikarenakan sesuai dan selaras dengan strategi dan kebijakan kebanyakan negara terhadap diplomasi publiknya. (3) Diplomasi olahraga marak diminati dan digunakan karena murni alasan praktis. Hal tersebut dikarenakan pada praktiknya diplomasi olahraga cenderung rendah biaya, rendah resiko dan berprofil tinggi (Keech dan Houlihan – Murray 2018, 96) dan (4) Diplomasi olahraga merupakan fenomena universal dan bersifat positif.

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan jenis penulisan kualitatif deskriptif. Kemudian penulisan ini menggunakan teknik pengumpulan data studi Pustaka. Sehingga, teknik pengumpulan datanya menggunakan dokumen-dokumen, baik berupa tulisan, gambar maupun secara elektronik (Sukmadinata 2007, 221). Sehingga, instrument atau alat

pengumpulan data utama ialah penulis sendiri dan menggunakan rujukan pada dokumen-dokumen, baik secara fisik yang didapatkan dari buku, majalah atau koran dan secara elektronik melalui e-journal, e-book, ataupun website resmi terpercaya. Selain itu, penulis menggunakan rujukan dari gagasan cara analisis data yang dikemukakan oleh Spradley (1997) pada bukunya yang berjudul Metode Etnograph. Didalam cara analisis data kualitatif terbagi 2 (dua) macam, yakni analisis domain dan analisis taksonomi. Selanjutnya, lokasi yang dipilih penulis untuk membantu penulisan memperoleh sumber atau referensi ialah Perpustakaan Umum Kalimantan Barat yang terletak di Jalan Letjen Sutoyo No. 6 Pontianak, serta di Perpustakaan Universitas Tanjungpura di Jalan H. Hadari Nawawi, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat, 78124.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diplomasi Olahraga Korea Tourism Organization dalam Menarik Wisatawan Asal Indonesia

Dalam upaya Korea Tourism Organization untuk memajukan industri pariwisata Korea Selatan melalui olahraga sepakbola dengan melakukan kerja sama antara Kota Ansan dan klub sepakbola Ansan Greeners FC untuk mempromosikan pariwisata Korea Selatan di Indonesia melalui olahraga sepakbola (VisitKorea, 2021). Melalui pemaparan pada penulisan ini, penulis akan menganalisis lebih lanjut menggunakan teori diplomasi olahraga menurut Stuart Murray dalam bukunya yang berjudul "Sports Diplomacy: Origins, Theory and Practice" bahwa diplomasi olahraga dapat diterapkan melalui penggunaan sporting events dan sports envoy atau sportspeople (Murray 2018, 94). Berikut pemaparan analisis di bawah ini:

Diplomasi Olahraga Korea Tourism Organization melalui Penggunaan Sports Envoy atau Sportspeople

Penerapan Diplomasi olahraga dengan menggunakan sportspeople atau sports envoy yang dilakukan oleh Korea Tourism Organization telah terlihat melalui pengangkatan pegawai tim nasional Indonesia yakni Asnawi Mangkualam Bahar sebagai duta kehormatan pariwisata Korea Selatan pada 12 Mei 2021 (VisitKorea, 2021). Pengangkatan Asnawi Mangkualam Bahar merupakan bagian paling penting dalam kerja sama yang dibentuk antara Korea Tourism Organization, Pemerintah Kota Ansan dan klub sepak bola Ansan Greeners FC. Terdapat tiga tujuan utama yang ingin dicapai dalam kerjasama ini, yaitu sebagai berikut: 1) Memajukan industri pariwisata Korea Selatan; (2) Peningkatan infrastruktur wisata ramah muslim; dan (3) Pengembangan produk pariwisata untuk kota Ansan, khususnya yang berkaitan dengan K-League dan kunjungan penonton ke stadion,

setelah pandemi berakhir. (Visit Korea, 2021). Melalui 3 tujuan tersebut, Yang Su Bae selaku Korea Tourism Organization Jakarta menyampaikan bahwa "Kami percaya dengan ditetapkannya Asnawi sebagai duta kehormatan pariwisata Korea Selatan diharapkan dapat membangun minat masyarakat Indonesia terhadap sepak bola Korea, termasuk K-League (liga sepakbola profesional Korea Selatan). Sehingga ketika industri pariwisata di seluruh dunia pulih, wisata olahraga Korea juga akan menjadi terkenal" (Visit Korea, 2021).

Upaya lanjutan Korea Tourism Organization bersama Asnawi Mangkualam dalam mempromosikan pariwisata Korea Selatan melalui penerapan diplomasi olahraga sportspeople atau sports envoy ialah pada acara tahunan yang diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Republik Korea Selatan di Indonesia, yakni Korean Festival 2021 yang digelar mulai 27 September hingga 31 Oktober 2021 (Intan, 2021). Selain itu juga bertepatan dalam rangka acara perayaan Korean Month pada tanggal 29-31 Oktober 2021 (Kompas, 2021). Dalam kampanye kali ini, Korea Tourism Organization mengusung tema dan hastag #AkudanKorea "Imagine Your Korea from Home". Pada acara tersebut juga terdapat tema khusus bertajuk "Muslim Friendly Korea" dimana Asnawi Mangkualam Bahar selaku duta kehormatan pariwisata Korea menjadi pemandu wisata virtual pada konten perjalanan virtual di kanal YouTube Korea Tourism Organization Jakarta bertajuk "Feel The Rhythm of Korea with Asnawi Mangkualam". Konten ini dibuat dalam 3 episode, dimana episode pertama bertajuk Ansan merupakan stadium tour Ansan Wa sebagai homebase klub sepak bola Ansan Greeners FC. Kemudian pada episode kedua dan ketiga bertajuk Incheon. Dalam mempromosikannya, terdapat beberapa spot tempat wisata ramah muslim dan beberapa aneka jajanan halal yang direkomendasikan oleh Asnawi Mangkualam Bahar yang tentunya termasuk hidden gems wisata ramah muslim. Beberapa destinasi tersebut seperti Stadium Ansan Wa (stadium tour), Incheon Art Platform, Pasar Shinpo dan Jalan Multikultural Ansan (Kompas, 2021). Konten ini jelas ditujukan kepada orang-orang yang melewatkan liburan ke Korea Selatan karena pandemi virus Corona. Selain itu, kehadiran Asnawi juga diharapkan dapat menarik minat para pecinta sepak bola dan masyarakat untuk tertarik pada industri wisata Korea Selatan (Intan, 2021).

Gambar 3.2. Asnawi *Special Merchandise First Launch*



Sumber: Instagram Ansan Greeners FC, 2022

Upaya selanjutnya diinisiasi oleh klub Ansan Greeners FC dalam mengembangkan produk wisata olahraga khususnya di kota Ansan ialah dengan menggelar event yang berkaitan dengan Indonesia dan Asnawi Mangkualam Bahar. Event tersebut ialah membuat merchandise khusus yang bertemakan Asnawi Mangkualam Bahar. Melalui postingan di Instagram pada 27 Agustus 2022, dikatakan bahwa Ansan Greeners FC akan merilis kaus dan syal dengan ilustrasi Asnawi saat melakukan selebrasi gol pertamanya di musim tersebut. Merchandise eksklusif ini mulai tersedia di toko resmi klub Ansan Greeners FC pada 4 September 2022, saat laga kandang melawan Busan iPark secara offline. Pada perilsan pertamanya, Ansan Greeners FC menjual sebanyak 150 kaus dan syal (Libero, 2022).

Gambar 3.3. Asnawi Special *Merchandise Online Shop Sales*



Sumber: Instagram Ansan greeners FC, 2022

Bulan berikutnya, Ansan Greeners FC meluncurkan toko online yang menjual merchandise khusus Asnawi melalui situs resminya. Hal ini diketahui karena hasil kesepakatan dan tingginya animo masyarakat Indonesia terhadap produk special merchandise bertemakan Asnawi bulan lalu usai laga kandang melawan Busan iPark pada 4 September 2022. Hal ini dilakukan guna memperluas jangkauan konsumennya diluar Korea Selatan.

Gambar 3.4. *Screenshot Postingan 150 Ribu Followers*



Sumber: Instagram Ansan Greeners FC (Olahan Penulis, 2023)

Selain itu, perekrutan Asnawi Mangkualam sebagai pemain sepakbola Ansan Greeners FC sekaligus sebagai duta kehormatan pariwisata Korea Selatan memberikan berbagai dampak positif bagi klub Ansan Greeners FC, K-League maupun Korea Tourism

Organization. Bagi Klub Ansan Greeners FC sendiri menjadikan tim sepakbola Korea Selatan pertama yang mencapai 100.000 lebih pengikut Instagram (Setyana AP, 2022). Kemudian, bagi Korea Tourism Organization juga melalui kanal YouTube Korea Tourism Organization Jakarta dimana pada saat duta Kehormatan Pariwisata Korea, yakni Asnawi Mangkualam Bahar mempromosikan pariwisata Korea Selatan melalui konten virtual bertajuk "Feel the Rhythm of Korea bersama Asnawi Mangkualam" telah disaksikan 400 ribu lebih viewers di tiap episodenya.

Sedangkan pada kanal YouTube K-League juga ikut meningkat dimana dikutip dari Republika bahwa cuplikan pertandingan Asnawi Mangkualam yang diunggah secara langsung oleh K-League ke Youtube, dan telah ditonton lebih dari 1 juta views pada laga melawan Jeonnam Dragon. Kemudian, video berdurasi delapan menit di respons sekitar lebih dari empat ribu warganet dari berbagai dunia, khususnya netizen Indonesia (Pramudya, 2021). Selanjutnya, menurut Bolatimes bahwa pertandingan antara Ansan vs Jeonnam yang mana video gol kedua Asnawi tercatat 130.000 lebih penayangan dalam satu hari atau sekitar 20 kali lebih tinggi dari rata-rata 7000 pertandingan lain di babak yang sama. Kemudian juga menurut media Korea Selatan, video Asnawi yang lain juga memiliki rata-rata penonton yang lebih tinggi. Seperti pada video pendek Asnawi saat memijat rekan satu timnya sudah memiliki 43.000 penonton saat pertama kali ditayangkan sehingga membuat minat para penonton K-League meningkat dari kalangan fans Indonesia (Riyantama, 2022).

Diplomasi Olahraga Korea Tourism Organization melalui Penggunaan Sporting Events

Diplomasi olahraga melalui sporting events juga berhasil diperlihatkan oleh klub sepak bola Ansan Greeners FC setelah berhasilnya Kerjasama antara Korea Tourism Organization bersama klub sepakbola Ansan greeners FC dan pemain Ansan Greeners FC, Asnawi Mangkualam Bahar yang telah dilantik menjadi duta kehormatan pariwisata. Liga profesional kasta kedua (K-League 2) dimanfaatkan oleh klub Ansan greeners FC sebagai acara olahraga. Acara yang dimaksud oleh Ansan Greeners FC adalah dengan mengadakan acara yang diberi nama 'Indonesia Fans Day'. Acara tersebut digelar saat jeda antara Ansan Greeners FC dan Gimpo Citizens dalam lanjutan pertandingan K-League 2 (CNN Indonesia, 2022).

Gambar 3.5. Acara Bertajuk *Indonesia Fans Day*



Sumber: Instagram Ansan Greeners FC, (2022)

Dalam kesempatan tersebut, Ansan Greeners FC menampilkan beberapa kesenian tradisional Indonesia, seperti Reog Ponorogo dan Pencak Silat saat jeda melawan Gimpo Citizen. Penampilan beberapa kebudayaan Indonesia pada sela-sela pertandingan liga professional Korea kasta kedua tersebut dilakukan guna memberikan hiburan dan meningkatkan daya tarik sepakbola Korea Selatan terhadap masyarakat Indonesia baik itu yang hadir di stadium secara langsung maupun yang menyaksikan melalui tayangan gratis resmi K-League TV.

Lalu ofisial Ansan Greeners FC juga memaparkan bahwa Ansan Greeners FC sukses menjual tiket pada event Indonesia Fans Day yang berlangsung di Stadion Ansan-Wa pada 23 Juli 2022. Dikutip dari Kumparan bahwa setidaknya terdapat 3.019 tiket sukses terjual pada perhelatan lanjutan pertandingan K-League 2 yang bertajuk Indonesia Fans Day. Sebanyak 1.700 hingga 1.800 tiket tersebut telah dijual melalui komunitas warga Indonesia di kota Ansan (Assidiqi, dkk, 2022).

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa penerapan diplomasi olahraga yang dilakukan oleh Korea Tourism Organization dianalisa melalui teori diplomasi olahraga oleh Stuart Murray. Analisis ini menggunakan sportspeople dan sporting events. Dalam penggunaan sportspeople atau sports envoy, Korea Tourism Organization bekerja sama dengan klub Ansan Greeners FC dan pemerintah kota Ansan dalam mendukung pemulihan pariwisata dan ekspansi pariwisata dibidang olahraga, khususnya sepakbola. Pada Kerjasama tersebut disepakati beberapa hal seperti mengangkat duta kehormatan pariwisata Korea Selatan, yaitu Asnawi Mangkualam Bahar. Kedua mempromosikan pariwisata Korea Selatan bersama Asnawi Mangkualam melalui platform YouTube Korea Tourism Organization Jakarta. Ketiga Asnawi Mangkualam bersama Ansan Greeners FC menjual merchandise bertajuk Asnawi secara online dan onffline. Kemudian, pada penggunaan sporting events terdapat acara yang telah

dilakukan yakni penyelenggaraan acara Indonesia Fans Day dalam lanjutan K-League 2.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2014. Metode Penulisan Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penulisan Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bakri, Karim dan Suardi Wekke, Ismail. 2021. Diplomasi Sepakbola: Menjalin Hubungan Antar Bangsa dengan Bola. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Hardani, Helmina Adriani, dkk. 2020. Metode Penulisan Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Imam, Gunawan. 2016. Metode Penulisan Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Joseph S. Nye, Jr. 2019. "Soft Power: The Means To Success In World Politics". New York: Public Affairs.
- L. Dichter, Heather. 2020. Soccer Diplomacy: International Relations and Football Since 1914. Kentucky: University Press of Kentucky.
- Mas'ood, Mochtar. 1990. Ilmu hubungan Internasional: Disiplin Ilmu dan Metodologi. Jakarta: LP3ES.
- Melissen, Jan. 2005. "The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations". New York: Palgrave Macmillan.
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penulisan Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Murray, Stuart. 2018. Sports Diplomacy: Origins, Theory and Practice. New York: Routledge.
- Sugiyono. 2007. Penulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. Statistika untuk Penulisan. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2007. Metode Penulisan dan Pendidikan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Skripsi
- Bakri, Karim. "Peran Sepakbola Sebagai Instrumen Diplomasi Inggris Terhadap Tiongkok Tahun 2013-2016". Skripsi. Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2018.
- Wijayanti, Adelia. "Diplomasi Korea Selatan Terhadap Korea Utara Melalui Pyeongchang Winter Olympics 2018". Skripsi. Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Malang. 2018.
- Jurnal Online
- Aristyani, Denissa Putri dan Yuniasih, Tulus. "Diplomasi Publik Koera Tourism Organization (KTO) Terhadap Indonesia Pada Sektor Pariwisata Tahun 2018-2019". Budi Luhur Journal of Contemporary Diplomacy (BALCONI), Volume 5, Nomor 1. 85-98.

- Boniface, Pascal. 1998. "Football as a Factor (and reflection) of International politics." *Jurnal The International Spectator*, Volume 33, No. 4 edisi Oktober-Desember: 1-12. Diakses 30 November 2022.
- Dyatmika, Teddy. 2015. "Tayangan Televisi dan Sepakbola di Indonesia: Tinjauan Ekonomi Politik Media Pada Penyiaran Televisi Indonesia." *Jurnal Konvergensi*, Volume 1, Nomor 1 53-69.
- Eden, Jon Theis. 2013. "Can Soccer and international Relations: Can Soccer Improve Internasional Relations?", University of Ottawa. Major Research Paper: 1-45. Diakses 25 November 2022.
- Grix, Jonathan dan Brannagan, Paul. 2016. "Of Mechanism and myths: Conceptualising States 'Soft Power' Strategies through Sports Mega Events". *Diplomacy and Statecraft*, Volume 27, Issue 02: 251-272. Diakses 25 November 2022.
- Karina, Giselle dan Yuniasih, Tulus. 2020. "Diplomasi Olahraga Korea Selatan Terhadap Korea Utara Kontribusi Olimpiade Musim Dingin 2018 Bagi Harmonisasi Hubungan Bilateral". *Budi Luhur Journal of Contemporary Diplomacy*, Volume 04, Nomor 01: 71-79. Diakses 25 November 2022.
- Nurika, Rizki Rahmadini. 2017. "Peran Globalisasi di Balik Munculnya Tantangan Baru Bagi Diplomasi di Era Kontemporer". *Jurnal Sospol*, Volume 03, Nomor 01: 126-141. Diakses 02 Mei 2023.
- Nygaard, Havard Mogleiv, dan Scott Gates. 2013. "Soft Power at Home and Abroad: Sport Diplomacy, Politics and Peace-Building." *Sage Journal*, Volume 16, Issue 3: 235-243. Diakses 28 November 2022.
- Prayuda, Rendi dan Sundari, Rio. 2019. "Diplomasi Dan Power; Sebuah Kajian Analisis". *Journal of Diplomacy and Internasional Studies*, Volume 02, Nomor 01: 80-93. Diakses 02 Mei 2023.
- Sudaryanti, Irma Juni, Erry Sukriah, dan Rosita. 2015. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan Wisata Heritage di Kawasan Braga Kota Bandung." *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, Volume 12, Nomor 1 43-56.
- Tingginehe, Amanda M., dkk. 2019. "Perencanaan Pariwisata Hijau di Distrik Roon Kabupaten Teluk Wondama, Papua Barat". *Jurnal Spasial*, Volume 06, Nomor 02: 511-520. Diakses 02 Mei 2023.
- Website
- Adryamarthanino, Verelladevanka. 2022. Apakah Indonesia Pernah Ikut Piala Dunia. Diakses Januari 10, 2023. <https://amp.kompas.com/stori/read/2022/11/23/150000279/apakah->

indonesia-pernah-ikut-piala-dunia-.

- Archie, Nugho. 2020. Tujuh Klub Asia dengan Suporter Paling Berisik di Sosial Media. Diakses Desember 20, 2022. <https://www.goal.com/id/berita/tujuh-klub-asia-dengan-suporter-paling-berisik-di-sosial/1sfulfp65tiap1r47u0iapgdgw>.
- Almughni, Rakli, dan Febri Ady Prasetyo. 2022. Ansan Greeners FC. Diakses Mei 10, 2023. <https://www.tribunnewswiki.com/2022/07/07/ansan-greeners-fc>.
- Aruan, Frengky. 2021. Melihat Indonesia di Kota Ansan, Homebase Bakal Klub Asnawi Mangkualam. Diakses Mei 10, 2022. <https://bolaskor.com/post/read/melihat-indonesia-di-kota-ansan-homebase-bakal-klub-asnawi-mangkualam>.
- Assidiqi, Alif Zaky, Bennartha Denys, dan Katondio B. Wedya. 2022. Oficial Ansan Greeners Beberkan Hasil Penjualan Tiket di Indonesia Fans Day. Diakses Mei 19, 2023. <https://kumparan.com/kumparanbola/ofisial-ansan-greeners-beberkan-hasil-penjualan-tiket-di-indonesia-fans-day-1yaX4TEKN2d/full>.
- Astuti, Novi Fuji. 2021. Mengenal Pengertian Pariwisata Menurut Para Ahli, Berikut Penjelasannya. Diakses April 15, 2023. <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-pengertian-pariwisata-menurut-para-ahli-berikut-penjelasannya-klm.html>.
- Cahya, Bima. 2015. Daya Tarik Magis Sepakbola Indonesia. Diakses Mei 19, 2023. <https://www.kompasiana.com/bimacahya/54f36364745513792b6c7363/daya-tarik-magis-sepakbola-indonesia>.
- CNN Indonesia. 2022. Angkat Tema Indonesia, Ansan Tampilkan Reog dan Silat di Liga Korea. Diakses Mei 12, 2023. <https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20220718163146-142-822986/angkat-tema-indonesia-ansan-tampilkan-reog-dan-silat-di-liga-korea>.
- Fajri, Dwi Latifatul. 2022. Pengertian Diplomasi, Fungsi, dan Contohnya. Diakses Desember 20, 2022. <https://katadata.co.id/agung/berita/6245ee47876bd/pengertian-diplomasi-fungsi-dan-contohnya>.
- Febriansyah, Hadi. 2021. Mengenal Lebih Jauh Lisensi Klub Profesional AFC. Diakses Desember 26, 2022. <https://bolaskor.com/post/read/mengenal-lebih-jauh-lisensi-klub-profesional-afc#:~:text=BolaSkor.com%20%2D%20AFC%20Club%20Licensing,tim%20layak%20atas%20status%20profesional>.
- Herjoko, Rifqi. 2022. K-League Tayang Secara Gratis di Indonesia, Kini Lihat Aksi Asnawi Mangkualam Bersama Ansan Greeners Lebih Mudah. Diakses Mei 20, 2023. <https://bola.okezone.com/read/2022/02/20/51/2550233/k-league-tayang-secara-gratis-di-indonesia-kini-lihat-aksi-asnawi-mangkualam-bersama-ansan-greeners>

lebih-mudah?page=2.

- Hestanto. t.thn. Konsep Pariwisata Menurut Para Ahli. Diakses Mei 5, 2023. <https://www.hestanto.web.id/konsep-pariwisata-menurut-para-ahli/>.
- Hidayat, Feriawan. 2020. Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan Turun 68%. Diakses Februari 20, 2023. <https://www.beritasatu.com/news/656833/kunjungan-wisatawan-indonesia-ke-korsel-turun-68>.
- Intan, Putu. 2021. Asnawi Mangkualam Gaet Fans Bola Nikmati Korsel Lewat Wisata Virtual. Diakses Mei 19, 2023. <https://travel.detik.com/travel-news/d-5749402/asnawi-mangkualam-gaet-fans-bola-nikmati-korsel-lewat-wisata-virtual>.
- Kompas. 2021. Alasan di Balik Pelatih Ansan Greeners Rekrut Asnawi Mangkualam. Diakses Mei 18, 2023. <https://bola.kompas.com/read/2021/01/30/14400038/alasan-di-balik-pelatih-ansan-greeners-rekrut-asnawi-mangkualam>.
- Korea Tourism Organization - Jakarta. 2021. Feel the Rhythm of Korea bersama Asnawi Mangkualam | Episode 1: Ansan. Diakses Mei 15, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=t0ebrVwTLew&t=113s>.
- Korea Tourism Organization - Jakarta. 2021. Feel the Rhythm of Korea bersama Asnawi Mangkualam | Episode 2: Incheon Part 1. Diakses Mei 15, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=wdj-01zRES4&t=1s>.
- Korea Tourism Organization - Jakarta. 2021. Feel the Rhythm of Korea bersama Asnawi Mangkualam | Episode 3: Incheon Part 2. Diakses Mei 15, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=vwx3w3jY73g>.
- Korean Statistical Information Service. 2023. Visitor Arrival by Gender and Nationality. Diakses Januari 1, 2023. <https://kosis.kr/eng/>.
- Korea Tourism Organization. t.thn. Purpose of Establishment and Vision. Diakses Mei 10, 2023. <https://knto.or.kr/eng/Vision>.
- Libero.id. 2022. Spesial, Ansan Greeners Jual Merchandise Gol Debut Asnawi Mangkualam. Diakses Mei 15, 2022. <https://www.libero.id/detail/19028/spesial-ansan-greeners-jual-merchandise-gol-debut-asnawi-mangkualam.html>.
- Oktasari, Rina. 2022. Tur Markas Ansan Greeners Bersama Asnawi Mangkualam dan KTO, Ini Asal Mula Penamaan Ansan Wa Stadium. Diakses Mei 10, 2023. <https://potensibadung.pikiran-rakyat.com/olahraga/pr-1623490102/tur-markas-ansan-greeners-bersama-asnawi-mangkualam-dan-kto-ini-asal-mula-penamaan-ansan-wa-stadium>.
- Pramudya, Anggoro dan Saubani, Andri. 2021. Efek Asnawi, Akun Youtube K-League Tembus 1 Juta Views. Diakses Mei 10, 2023. <https://sport.republika.co.id/berita/qsg5yj409/efek->

asnawi-akun-youtube-kleague-tembus-1-juta-views

- Rachmawati, Nur. 2021. Bangun Brand Perlu Core Value, Apa Sih Maksudnya?. Diakses 20 Mei 2023. <https://id.linkedin.com/pulse/bangun-brand-perlu-core-value-apa-sih-maksudnya-nur-rachmawati>.
- Riyantama, Rauhanda. 2022. Efek Positif Asnawi Mangkualam, Bikin Youtube K-League Kebanjiran Penonton. Diakses 20 Mei 2023. <https://www.bolatimes.com/bolaindonesia/2022/08/03/143500/efek-positif-asnawi-mangkualam-bikin-youtube-k-league-kebanjiran-penonton>
- Sadya, Sarnita. 2022. Penggemar Sepakbola Indonesia Terbanyak di Dunia Pada 2022. Diakses Desember 15, 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/penggemar-sepakbola-indonesia-terbanyak-di-dunia-pada-2022>.
- Sentosa JK., M. Edy. 2008. Level of Analysis (International Perspective). Diakses Desember 22, 2022. <http://theglobalgenerations.blogspot.com/2008/11/level-of-analysis-international.html>.
- Setyana AP., Bagaskara. 2022. Berkat Asnawi Mangkualam, Ansan Greeners Jadi Tim Korsel Pertama yang Mencapai 100 Ribu Follower. Diakses Mei 11, 2023. <https://skor.id/post/berkat-asnawi-mangkualam-ansan-greeners-jadi-tim-korsel-pertama-yang-mencapai-100-ribu-follower-01408954>.
- Siregar, Evalisa, dan Biqwanto Situmorang. 2021. Korea Selatan Targetkan 300.000 Wisatawan dari Indonesia pada 2022. Diakses Februari 20, 2023. <https://www.antaraneews.com/berita/2571265/korea-selatan-targetkan-300000-wisatawan-dari-indonesia-pada-2022>.
- Sutriyanto, Eko. 2021. Keseriusan Pemerintah Korea Mengembangkan Wisata Ramah Muslim. Diakses Mei 19, 2023. <https://www.tribunnews.com/travel/2021/11/01/keseriusan-pemerintah-korea-mengembangkan-wisata-ramah-muslim?page=2>.
- Transfermarkt. 2022. Informasi Histori Pertandingan Indonesia. Diakses Mei 18, 2023. https://www.transfermarkt.co.id/indonesia/spielplan/verein/13958/plus/1?saision_id=2021.
- . 2023. AFC Champions League - Semua Pemenang. Diakses April 20, 2023. <https://www.transfermarkt.co.id/afc-champions-league/erfolge/pokalwettbewerb/AFCL>.
- . 2019. Jumlah Kehadiran Penonton 18/19. Diakses Mei 19, 2023. https://www.transfermarkt.co.id/liga-1-indonesia/besuchertzahlen/wettbewerb/IN1L/saision_id/2018/plus/1.

- . 2019. Jumlah Kehadiran Penonton 2018 K-League. Diakses Mei 19, 2023. https://www.transfermarkt.co.id/k-league-1/besucherschahlen/wettbewerb/RSK1/saison_id/2017/plus/1.
- Triwibowo, Cahyo. 2023. Inilah Berbagai Faktor Daya Tarik Sepakbola Indonesia Jadi Destinasi Favorit Pemain asal Amerika Latin. Diakses Mei 20, 2023. <https://www.portalbaraya.com/olahraga/pr-5377575159/inilah-berbagai-faktor-daya-tarik-sepakbola-indonesia-jadi-destinasi-favorit-pemain-asal-amerika-latin?page=3>.
- TechMidEast. t.thn. What is Sports Diplomacy? Diakses Januari 1, 2023. <https://teachmideast.org/articles/what-is-sports-diplomacy/>.
- Visit Korea. 2021. KTO Menggandeng Asnawi Mangkualam untuk Mempromosikan Pariwisata Korea. Diakses September 25, 2022. <https://visitkorea.or.id/article/kto-menggandeng-asnawi-mangkualam-untuk-mempromosikan-pariwisata-korea>.
- __ . t.thn. Muslim Friendly Travel. Diakses Mei 10, 2023. https://english.visitkorea.or.kr/enu/ATR/muslim_intro.jsp.
- . t.thn. Tentang Kami. Diakses 01 05, 2023. <https://visitkorea.or.id/about-us>.
- Wright, Sean. 2022. 10 Most Watched Soccer Leagues. Diakses Mei 23, 2023. <https://www.redbull.com/us-en/most-watched-soccer-leagues>.
- Yoon, Jang Seob. 2022. Average spectator attendance per game for K League 1 teams in South Korea in 2022. Diakses Mei 21, 2023. <https://www.statista.com/statistics/1135065/south-korea-spectator-attendance-per-game-for-teams-in-k-league-1/>.
- Zakky, Mokhammad. 2023. Daftar Juara Liga Champions Asia Sepanjang Masa dari Tahun ke Tahun. Diakses Mei 23, 2023. <https://www.jurnalibola.com/daftar-juara-liga-champions-asia/>.