

Asian Games 2018, Ajang Promosi Nation Branding

Empat bulan lagi Indonesia akan menjadi tuan rumah perhelatan akbar olah raga terbesar di kawasan Asia yaitu Asian Games yang direncanakan akan digelar pada tanggal 18 Agustus 2018 - 2 September 2018. Namun, rasanya menurut penulis perhelatan ini tidak memiliki gaung secara nasional. Promosi Asian Games seperti tenggelam oleh hingar bingar kontestasi politik di dalam negeri kita. Bahkan, Baliho-halinya pun kalah oleh baliho para tokoh politik yang berencana mencalonkan diri sebagai Capres atau Cawapres 2019.

Hal tersebut menurut penulis sungguh ironis. Karena ini sebenarnya untuk kedua kalinya Indonesia menjadi tuan rumah sejak terakhir kali pada tahun 1982 tepatnya tanggal 24 Agustus - 4 September. Bung Karno, Presiden Pertama Indonesia waktu itu bahkan mengatakan berapapun biaya yang dibutuhkan itu semua akan dipenuhi asal akan harga diri dan martabat bangsa Indonesia diakui oleh negara-negara lain di dunia ini. Pernyataan Bung Karno tersebut menurut penulis benar-benar menunjukkan keseriusan Indonesia waktu itu yang ingin sukses sebagai tuan rumah dan tentunya juga peserta.

Sejarah pada akhirnya mencatat pada Asian Games tahun 1982 tersebut Indonesia sukses sebagai tuan rumah dan memunculkan pujian dari banyak negara salah satunya adalah utusan Jepang waktu itu yang mengatakan bahwa bangsa kita luar biasa karena hanya dalam tempo beberapa bulan saja mampu membangun infrastruktur yang megah untuk Asian Games. Salah satu peningkatan Asian Games yang sekarang akhirnya menjadi ikon kebanggaan

kita saat ini adalah Stadion Gelora Bung Karno (GBK).

Apa yang dilakukan oleh Bung Karno tersebut jelas dapat disebut sebagai bentuk promosi nation branding Indonesia waktu itu yang ingin dilihat sebagai bangsa yang besar yang memiliki banyak suku bangsa dan tetap bersatu untuk kesuksesan ajang Asia Games. Indonesia waktu itu benar-benar berhasil memanfaatkan momentum Asian Games yang pada akhirnya membuat Indonesia dikenal sebagai bangsa yang besar dan tidak bisa dianggap remeh oleh bangsa-bangsa lainnya waktu itu.

Lalu bagaimana dengan persiapan Asian Games tahun 2018 ini? Beberapa waktu lalu Presiden Jokowi dalam rapat terbatas membahas mengenai promosi Asian Games ini sempat mengkritik promosi Asian Games yang dianggap belum maksimal padahal empat bulan lagi perhelatannya akan dilaksanakan. Ini tentunya menjadi warning penting bagi panitia Asian Games dalam hal ini adalah INAS-GOC. Promosi memang menjadi penting untuk menunjukkan nation branding Indonesia yang ujung-ujungnya akan menguntungkan Indonesia sebagai tuan rumah. tagline selama ini di media massa internasional tentang wonderful Indonesia harusnya menjadi alat penting bagi panitia demi menggenjot pemasukan lebih dari perhelatan olah raga terbesar di Benua Asia ini.

Indonesia tentunya harus belajar dari negara-negara penyelenggara Asian Games sebelumnya yang mendapatkan keuntungan besar

karena promosi massif pada saat penyelenggaraan Asian Games di negaranya. Sebagai contoh Thailand dan Korea Selatan yang pernah menjadi tuan rumah Asian Games dan mendulang untung yang luar biasa besar pasca perhelatan Asian Games. Lalu bagaimana caranya agar Indonesia sebagai tuan rumah Asian Games nanti mampu memanfaatkan momentum ini

sebagai upaya mempromosikan nation branding Indonesia dalam bentuk Wonderful Indonesia itu? Catatan penting sebenarnya terletak pada jeli atau tidaknya nanti panitia selain mendorong pemerintah provinsi dalam hal ini Jakarta dan Palembang untuk menyiapkan infrastruktur yang nyaman bagi para atlet dari negara peserta Asian Games ini, juga menyiapkan promosi pariwisata untuk memberikan informasi kepada para delegasi peserta dari berbagai negara mengenai destinasi wisata lain selain Jakarta dan Palembang yang bisa mereka kunjungi.

Singkatnya menurut penulis kita tentu mengharapkan adanya *spill-over effect* dimana yang kita harapkan tentunya yang mendulang untung bukan hanya provinsi yang menjadi penyelenggara saja yaitu Jakarta dan Palembang tapi ini juga berdampak pada provinsi lain yang

itu bisa dipromosikan melalui standstand promosi pariwisata yang bisa didirikan disetiap tempat yang terdekak dengan arena pertandingan.

Tentunya juga tidak lupa kita juga tetap harus berprestasi maksimal pada ajang ini karena sejarah mencatat ketika kita menjadi tuan rumah pada ajang Asian Games 1982 kita menjadi juara 2 dibawah juara bertahan Jepang pada saat itu yang ini menunjukkan maksimalnya persiapan kita. Saat ini (2018) harapannya prestasi kita minimal bisa menyamai dan maksimal bisa melampaui prestasi kita waktu itu. Hal ini tentunya harus dengan support pemerintah pada saat kita yang maksimal dengan mengadakan pelatihan untuk para atlet yang sistematis dan tentunya dengan reward yang jelas bagi para juara nantinya yang ini akan memberi stimulus bagi para atlet di Indonesia untuk berprestasi maksimal.

Memang tidak bisa dipungkiri Indonesia masih dalam proses menjadi bangsa yang bisa memberikan reward bagi para atletnya. Karena ada banyak cerita miris mengenai mantan atlet kita setelah melewati masa jayanya malah tidak begitu diperhatikan oleh pemerintah tapi mudah-mudahan saat ini hal-hal tersebut hanya cerita masa lampau yang seharusnya dijadikan pelajaran oleh pemerintah kita agar para atlet Indonesia bisa berprestasi maksimal. Semoga Asian Games ini juga mendatangkan keuntungan bagi Indonesia sebagai penyelenggaranya. Amin...***

Dosen Pada Prodi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Malang



Oleh:
M. Syaprin Zahidi, M.A.