

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *Transnational Advocacy Network* (TAN) yang dijalankan oleh Windle International Uganda (WIU) dalam mengadvokasi isu kemanusiaan di Uganda melalui kampanye *Sport for Protection 2024* bersama UNHCR, Coldplay, dan FC Barcelona Foundation. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa WIU berhasil membangun jaringan advokasi transnasional yang mampu menghubungkan isu pengungsi di Uganda dengan audiens internasional melalui kolaborasi lintas sektor yang melibatkan organisasi internasional, industri hiburan, dan institusi olahraga global. Kolaborasi tersebut memungkinkan isu yang sebelumnya bersifat lokal untuk memperoleh perhatian yang lebih luas di tingkat global. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan advokasi kemanusiaan tidak hanya bergantung pada kapasitas organisasi lokal, tetapi juga pada kemampuan membangun jaringan lintas negara yang memiliki sumber daya, legitimasi, dan jangkauan audiens yang besar.

Berdasarkan analisis menggunakan teori *Transnational Advocacy Network* dari Keck dan Sikkink, penelitian ini menemukan bahwa strategi *information politics* menjadi fondasi utama dalam proses advokasi yang dilakukan oleh WIU dan mitranya. Implementasi strategi ini terlihat melalui penerapan *two-level approach*, *framing issues*, *developing relations*, *expanding legitimacy*, dan *media content*. WIU berperan sebagai aktor lokal yang mengumpulkan informasi

mengenai kondisi pengungsi di Uganda, kemudian mendistribusikannya kepada mitra internasional seperti UNHCR, Coldplay, dan FC Barcelona Foundation. Informasi tersebut selanjutnya disebarluaskan kepada audiens global melalui berbagai media dan platform yang dimiliki oleh aktor-aktor tersebut sehingga isu pengungsi Uganda memperoleh eksposur internasional yang lebih besar.

Dalam aspek *two-level approach*, penelitian menemukan bahwa WIU memanfaatkan dukungan aktor internasional untuk memperkuat tekanan terhadap isu kemanusiaan yang dihadapi pengungsi di Uganda. Informasi yang berasal dari lapangan dibawa ke tingkat global melalui jaringan internasional, kemudian kembali ke tingkat domestik dalam bentuk dukungan finansial, perhatian media, dan tekanan reputasional. Sementara itu, melalui strategi *framing issues*, WIU berhasil membingkai isu pengungsi sebagai persoalan kemanusiaan universal yang berkaitan dengan hak anak, pendidikan, perubahan iklim, dan perlindungan sosial. Framing tersebut membuat isu pengungsi lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat internasional sehingga mampu membangun solidaritas global yang lebih luas.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan advokasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan jaringan dalam membangun hubungan antar aktor dan memperluas legitimasi isu. Melalui kerja sama dengan UNHCR, Coldplay, dan *FC Barcelona Foundation*, WIU memperoleh akses terhadap sumber daya, platform komunikasi, serta audiens internasional yang jauh lebih besar dibandingkan kapasitas yang dimiliki secara mandiri. Keterlibatan figur publik, atlet profesional, musisi internasional, serta organisasi global memberikan

legitimasi tambahan terhadap isu yang diperjuangkan. Dengan demikian, perlindungan pengungsi tidak lagi dipandang sebagai persoalan lokal Uganda, melainkan sebagai isu kemanusiaan global yang membutuhkan perhatian bersama.

Selain *information politics*, penelitian ini menemukan bahwa *symbolic politics* memiliki peran yang sangat penting dalam memperluas dampak kampanye *Sport for Protection 2024*. Implementasi *symbolic politics* terlihat melalui penggunaan strategi *juxtaposition* dan *iconic momentum*. Kolaborasi antara Coldplay dan *FC Barcelona Foundation* menghadirkan perpaduan simbol global dari dunia musik dan olahraga yang kemudian dikaitkan dengan isu pengungsi. Kehadiran simbol-simbol tersebut berhasil menciptakan kedekatan emosional antara masyarakat internasional dengan realitas yang dihadapi para pengungsi di Uganda serta meningkatkan empati publik terhadap isu yang diadvokasikan.

Pada aspek *leverage politics*, penelitian menemukan bahwa WIU dan mitranya berhasil memanfaatkan *material leverage* dan *moral leverage* untuk memperkuat posisi advokasi mereka. *Material leverage* diwujudkan melalui penggalangan dana internasional, terutama dari hasil penjualan *jersey* kolaborasi Coldplay dan *FC Barcelona Foundation* yang dialokasikan untuk program pengungsi di Uganda. Sementara itu, *moral leverage* diwujudkan melalui dukungan figur publik, kampanye media internasional, serta sorotan global terhadap kondisi pengungsi. Kehadiran aktor-aktor global tersebut menciptakan tekanan moral dan reputasional yang mendorong pemerintah maupun pemangku kepentingan lainnya untuk memberikan perhatian lebih besar terhadap isu pengungsi.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa *accountability politics* juga menjadi bagian penting dalam strategi advokasi yang dijalankan. Melalui publikasi kondisi pengungsi dan penyebaran informasi mengenai kesenjangan antara komitmen pemerintah dengan kondisi di lapangan, jaringan advokasi berupaya mendorong Pemerintah Uganda untuk mempertanggungjawabkan komitmennya terhadap perlindungan pengungsi. Meskipun Coldplay dan *FC Barcelona Foundation* tidak secara langsung menuntut perubahan kebijakan, keterlibatan mereka berhasil meningkatkan perhatian global terhadap isu tersebut. Kondisi ini menciptakan tekanan reputasional yang mendorong pemerintah untuk menunjukkan komitmen yang lebih kuat terhadap perlindungan pengungsi.

Setelah kampanye *Sport for Protection 2024* berakhir, peran *Windle International Uganda* (WIU) tidak ikut berhenti, melainkan berlanjut sebagai aktor lokal yang bertanggung jawab mengimplementasikan berbagai program yang telah memperoleh dukungan melalui jaringan advokasi transnasional. WIU tetap menjalankan layanan pendidikan, pelatihan keterampilan, perlindungan anak, serta pendampingan bagi pengungsi di berbagai permukiman pengungsi di Uganda dengan memanfaatkan dukungan yang telah dibangun bersama UNHCR dan mitra internasional. Dalam konteks ini, WIU berperan memastikan bahwa hasil kampanye tidak hanya meningkatkan kesadaran global, tetapi juga diterjemahkan menjadi manfaat nyata bagi masyarakat pengungsi melalui program-program yang berkelanjutan. Dengan demikian, WIU berfungsi sebagai penghubung antara dukungan internasional yang diperoleh selama kampanye dengan implementasi program kemanusiaan di tingkat lokal.

Selain melanjutkan implementasi program, WIU juga berperan melakukan pemantauan, evaluasi, serta pelaporan terhadap perkembangan kondisi pengungsi sebagai bentuk akuntabilitas kepada UNHCR dan para mitra pendukung. Informasi yang dihimpun dari lapangan kemudian menjadi dasar penyusunan laporan, evaluasi kebutuhan, dan rekomendasi kebijakan yang digunakan untuk memperbarui strategi penanganan pengungsi, termasuk dalam pelaksanaan *Uganda Country Refugee Response Plan* (UCRRP). Proses tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan advokasi tidak hanya bergantung pada kampanye simbolik yang dilakukan Coldplay dan FC Barcelona Foundation, tetapi juga pada kapasitas WIU dalam menjaga kesinambungan program dan mendokumentasikan kebutuhan pengungsi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, setelah kampanye berakhir, WIU tetap menjadi aktor utama yang memastikan jejaring advokasi transnasional menghasilkan dampak jangka panjang bagi perlindungan dan kesejahteraan pengungsi di Uganda.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *Transnational Advocacy Network* yang dijalankan oleh WIU melalui kampanye *Sport for Protection 2024* berhasil mengintegrasikan *information politics*, *symbolic politics*, *leverage politics*, dan *accountability politics* dalam satu kerangka advokasi yang saling mendukung. Keempat strategi tersebut memungkinkan isu pengungsi Uganda memperoleh perhatian internasional yang lebih luas, meningkatkan legitimasi isu, membangun solidaritas global, serta memperkuat tekanan moral dan politik terhadap pihak-pihak yang memiliki tanggung jawab dalam perlindungan pengungsi. Dengan demikian, kampanye *Sport for Protection 2024* menunjukkan

bahwa kolaborasi antara organisasi kemanusiaan, organisasi internasional, industri hiburan, dan institusi olahraga dapat menjadi model advokasi transnasional yang efektif dalam mengangkat isu-isu kemanusiaan di tingkat global. Temuan ini sekaligus membuktikan bahwa kekuatan jaringan advokasi transnasional mampu menjadi instrumen yang efektif dalam menghubungkan kepentingan lokal dengan dukungan global guna mendorong terciptanya perubahan sosial dan kebijakan yang lebih responsif terhadap isu kemanusiaan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan baik untuk pengembangan akademik maupun implementasi praktis dalam advokasi kemanusiaan terhadap isu pengungsi di Uganda. Pertama, bagi *Windle International Uganda* (WIU) dan mitra jaringan advokasi lainnya, disarankan untuk terus memperkuat kolaborasi lintas sektor dengan aktor internasional, khususnya dalam bidang olahraga, media digital, pendidikan, dan budaya populer. Kolaborasi seperti yang dilakukan bersama UNHCR, Coldplay, dan *FC Barcelona Foundation* terbukti mampu memperluas perhatian internasional terhadap isu pengungsi Uganda. Oleh karena itu, pengembangan jaringan global perlu terus dilakukan agar advokasi kemanusiaan memiliki jangkauan yang lebih luas dan berkelanjutan.

Kedua, bagi Pemerintah Uganda, penelitian ini menyarankan agar komitmen terhadap perlindungan pengungsi tidak berhenti pada tahap ratifikasi kebijakan semata, tetapi juga diikuti dengan implementasi nyata di lapangan.

Pemerintah perlu memastikan bahwa hak pendidikan, perlindungan sosial, kesehatan, dan kesejahteraan pengungsi benar-benar terpenuhi sesuai dengan standar internasional dan komitmen yang telah disepakati dalam *Uganda Refugee Response Plan*. Selain itu, pemerintah juga perlu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan kebijakan pengungsi agar tidak terjadi kesenjangan antara komitmen formal dan realitas di lapangan. Ketiga, bagi organisasi internasional dan NGO lainnya, penelitian ini menunjukkan pentingnya pemanfaatan media digital dan budaya populer dalam advokasi kemanusiaan modern.

Penggunaan olahraga, musik, media sosial, dan figur publik terbukti efektif dalam membangun perhatian global terhadap isu kemanusiaan. Oleh karena itu, organisasi advokasi di masa mendatang disarankan untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan platform digital dan budaya populer sebagai sarana membangun solidaritas internasional. Keempat, bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan terutama terkait ketersediaan data empiris mengenai bagaimana kampanye dijalankan dalam perspektif *Transnational Advocacy Network* (TAN). Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi lapangan secara lebih mendalam, termasuk wawancara langsung dengan WIU, UNHCR, Coldplay, *FC Barcelona Foundation*, pengungsi, maupun aktor organisasi internasional untuk memperoleh data yang lebih komprehensif mengenai bagaimana strategi *Transnational Advocacy Network* WIU dalam mengadvokasi isu kemanusiaan di Uganda.

Kelima, penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai hubungan antara olahraga, budaya populer, dan advokasi kemanusiaan dalam konteks hubungan internasional. Kajian tersebut penting karena perkembangan globalisasi menunjukkan bahwa aktor non-negara seperti klub olahraga, musisi, media digital, dan selebritas memiliki pengaruh politik dan sosial yang semakin besar dalam membentuk opini publik internasional dan memengaruhi kebijakan negara. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik terhadap studi *Transnational Advocacy Network* dan hubungan internasional, tetapi juga menjadi referensi praktis bagi organisasi kemanusiaan dalam merancang strategi advokasi yang lebih efektif, inklusif, dan berkelanjutan dalam memperjuangkan hak-hak pengungsi di tingkat global.