



Peran Jaringan Advokasi Transnasional dalam Advokasi Isu Kemanusiaan: Studi Kasus Kampanye Sport for Protection di Uganda Tahun 2024

Dhadie'o Satrio Negoro¹⁾, Lintang Jingga Puri Islami²⁾, Harfi Swastika Wijayanti³⁾, Helga Yohana Simatupang⁴⁾

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran Jawa Timur, Indonesia

22044010130@student.upnjatim.ac.id¹⁾, 2204401010035@student.upnjatim.ac.id²⁾,
22044010129@student.upnjatim.ac.id³⁾, helgayohana.fisip@upnjatim.ac.id⁴⁾

Abstrak

Uganda merupakan salah satu negara di Afrika Timur yang dalam beberapa tahun terakhir, Uganda menjadi salah satu sasaran utama migrasi warga negara sekitarnya akibat konflik dan krisis yang berkepanjangan. Kondisi ini membuat Uganda menjadi negara dengan jumlah pengungsi terbesar di Afrika, namun terdapat banyak keterbatasan yang dihadapi dalam menghadapi keterbatasan untuk kebutuhan dasar, khususnya bagi anak-anak dan remaja. Dalam penelitian ini, jaringan advokasi transnasional yang dikaji adalah kolaborasi antara organisasi internasional, aktor lokal, aktor global dalam kampanye *Sport for Protection* di Uganda tahun 2024. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan memanfaatkan data sekunder melalui studi literatur dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dari kolaborasi ini mampu memperluas perhatian global pada isu pengungsi melalui penyebaran informasi, penggunaan simbol budaya populer, serta mobilisasi dukungan dari publik selain itu juga berperan dalam memperkuat program perlindungan anak dan pendidikan di kamp pengungsian. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi budaya populer global, khususnya keterlibatan Coldplay, yang digunakan secara masif sebagai strategi advokasi untuk meningkatkan visibilitas isu pengungsi. Penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan advokasi transnasional memiliki peran penting dalam menjembatani kebutuhan lokal dengan dukungan global dalam isu kemanusiaan.

Kata kunci: Jaringan Advokasi Transnasional, Olahraga, Pengungsi, Uganda.

Abstract

Uganda, a country in East Africa, has become a major target for migration of its citizens due to prolonged conflict and crisis in recent years. This situation makes Uganda the country with the largest number of refugees in Africa, but there are many limitations faced in addressing the limitations of basic needs, especially for children and adolescents. In this study, the transnational advocacy network studied is a collaboration between international organizations, local actors, and global actors in the Sport for Protection campaign in Uganda in 2024. The method used is qualitative, utilizing secondary data through literature studies and document analysis. The results of the study indicate that the results of this collaboration were able to expand global attention to refugee issues through the dissemination of information, the use of popular cultural symbols, and mobilization of public support. In addition, it also played a role in strengthening child protection and education programs in refugee camps. The novelty of this study lies in the integration of global popular culture, particularly the involvement of Coldplay, which was used massively as an advocacy strategy to increase the visibility of refugee issues. This study shows that transnational advocacy networks have a crucial role in bridging local needs with global support on humanitarian issues.

Key words: Transnational Advocacy Network, Sports, Refugees, Uganda.



PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, peningkatan peran aktor non-negara dalam dinamika isu global mengalami pergeseran signifikan dalam tata kelola transnasional. Pada kampanye hak asasi manusia tidak lagi bergantung pada negara namun, organisasi internasional, selebritas global, klub olahraga profesional, hingga lembaga filantropi berperan dalam kampanye hak asasi manusia, perubahan iklim dan isu kemanusiaan melalui berbagai cara yang lebih dekat dengan publik. Perkembangan ini sejalan dengan konsep Transnational Advocacy Network (TAN) yang diperkenalkan oleh Keck dan Sikkink (1998) yaitu jejaring lintas negara yang menghubungkan beragam faktor untuk mempengaruhi kebijakan, mendorong perubahan norma internasional serta membangun kesadaran publik (Sikkink, 1998). Dalam penjelasan Keck dan Sikkink menyatakan bahwa Transnational Advocacy Network (TAN) bekerja melalui pertukaran informasi, kampanye global dan mobilisasi opini publik. Pada era digital saat ini, pola kerja TAN semakin relevan.

Jangkauan audiens global melalui media sosial, kampanye digital, dan aktivitas budaya populer kini dapat dilakukan oleh aktor non-negara. Pada tahun 2024 tercatat lebih dari 120 juta orang di seluruh dunia meninggalkan tempat tinggal karena kondisi konflik yang terjadi di wilayah mereka (UNHCR, 2024) Dengan begitu isu global yang membutuhkan keterlibatan jejaring advokasi semacam ini adalah krisis pengungsi dengan Afrika Timur salah satu wilayah terdampak, khususnya Uganda berada di garis depan krisis tersebut. Pada tahun 2024, Uganda sebagai negara pengungsi terbanyak di Afrika, yaitu lebih dari 1,7 juta jiwa yang sebagian besar berasal dari Sudan Selatan, Republik Demokratik Kongo, Burundi, dan Somalia (UNHCR, 2024). Daya tarik Uganda sebagai negara tujuan pengungsi tidak terlepas dari kebijakan pengungsinya yang relatif terbuka, seperti kebebasan bergerak, akses terhadap pekerjaan, serta pendidikan dasar (UGANDA, 2023).

Meskipun demikian, kebijakan yang progresif tersebut tidak sepenuhnya diimbangi oleh kapasitas negara dalam menyediakan layanan dan perlindungan yang memadai. Sejumlah kamp pengungsian, termasuk Bidi Bidi, Nakivale, Kyangwali, dan Rwamwanja, menghadapi berbagai keterbatasan mulai dari fasilitas pendidikan, layanan kesehatan mental, hingga program pemberdayaan bagi anak dan remaja. Situasi ini semakin diperberat oleh dampak perubahan iklim yang memicu kekeringan, krisis air, dan masalah gizi, terutama bagi kelompok anak-anak dan perempuan (UNICEF, 2024). Kondisi tersebut menjadikan Uganda sebagai salah satu prioritas utama dalam operasi kemanusiaan UNHCR dan lembaga internasional lainnya, sekaligus menunjukkan bahwa pendekatan pendanaan dan advokasi yang bersifat konvensional tidak lagi mencukupi untuk menjawab kompleksitas kebutuhan di lapangan.

Sebelum keterlibatan aktor global, penyediaan pendidikan bagi pengungsi di Uganda telah dijalankan oleh Windle International Uganda (WIU) sebagai aktor lokal utama, meskipun dengan keterbatasan sumber daya dan kapasitas (International, 2019). UNHCR kemudian memperkuat peran WIU melalui dukungan pendanaan dan koordinasi, sehingga memperluas jangkauan program tanpa menggantikan peran lokal. Pola kolaborasi ini mencerminkan dinamika awal Transnational Advocacy Network, yang selanjutnya membuka ruang keterlibatan aktor non-negara dari sektor budaya dan olahraga, seperti Coldplay dan FC Barcelona Foundation, dalam memperkuat advokasi kemanusiaan melalui kampanye global dan mobilisasi dukungan publik internasional (Peter Ssimbwa, 2023). Berdasarkan laporan dari UNHCR pada 2023-2024 terdapat kesenjangan pendanaan lebih dari 50% (UNHCR, UNHCR GLOBAL APPEAL, 2024). Untuk menggalang dukungan publik dan memperluas ruang advokasi dalam situasi ini, keterlibatan aktor non-negara menjadi semakin penting dan disinilah pada era modern kolaborasi antara Coldplay yang, FC Barcelona Foundation, dan UNHCR relevan terhadap teori Transnational Advocacy Network vokal dalam isu lingkungan dan kemanusiaan.

Coldplay ditetapkan sebagai high profile supporter di tahun 2025 oleh UNHCR dan aktif mengkampanyekan permasalahan pengungsi melalui tur Music of the Spheres, kampanye media sosial, produk merchandise, serta kampanye good causes yang menyisihkan penghasilan untuk program sosial dan lingkungan sebanyak 10% (Coldplay, 2022). Melihat jutaan penggemar Coldplay di seluruh dunia, akses global Coldplay menyediakan platform advokasi bagi UNHCR



yang melampaui metode tradisional. Di sisi lain, FC Barcelona Foundation mempunyai rekam jejak penting dalam isu perlindungan anak dan pendidikan pengungsi dengan menjalin mitra resmi bersama UNHCR pada tahun 2022 (Foundation, 2022). Program FC Barcelona Foundation di Uganda mencakup pembangunan fasilitas olahraga, ruang ramah anak, pelatihan pelatih lokal, serta pendidikan berbasis olahraga melalui program Sport for Protection yang terbukti mendorong kesejahteraan psikososial dan resiliensi anak pengungsi (Foundation, More Than A Refugee, 2025). Interaksi yang terbentuk antara Coldplay, FC Barcelona Foundation, dan UNHCR di Uganda pada tahun 2024 menunjukkan praktik transnational advocacy network dalam kolaborasi lintas sektor.

Sebelum diimplementasikan, kebutuhan pengungsi dan kerangka terkait koordinasi, akuntabilitas, serta mekanisme penyaluran dana di Uganda dipetakan oleh UNHCR agar tetap selaras dengan mandat kemanusiaan (UNHCR, Uganda Country Refugee Response Plan, 2023). Setiap aktor berkontribusi melalui modal yang berbeda, Coldplay dengan bekal budaya dan jejaring media global, FC Barcelona Foundation dengan bekal simbolik olahraga dan jaringan sosial, serta UNHCR dengan mandat kelembagaan dan legitimasi internasional ini pada akhirnya memperkuat advokasi dan penggalangan dana berkelanjutan (Foundation, The FC Barcelona Foundation and UNHCR Unite for the Rights of Refugee Children Worldwide, 2022). Uganda dipilih sebagai lokasi kolaborasi karena tingginya beban kemanusiaan sebagai negara penerima pengungsi terbesar di Afrika, dominasi anak dan remaja dalam populasi pengungsinya selaras dengan fokus pendidikan dan olahraga FC Barcelona, serta kebutuhan mendesak akan advokasi internasional mengenai keterbatasan pendanaan yang diperkuat melalui kampanye Coldplay dan FC Barcelona Foundation (UNHCR, Uganda Country Refugee Response Plan, 2023). Kolaborasi ini memperlihatkan bahwa penanganan isu pengungsi dalam tantangan kemanusiaan global membutuhkan jaringan advokasi transnasional dengan melibatkan aktor non-negara yang memiliki kapasitas mobilisasi publik melalui budaya populer dan olahraga sebagai media advokasi yang strategis.

Pendekatan kerangka TAN digunakan untuk memaparkan bagaimana aktor domestik dalam menghadapi hambatan mengenai penanganan isu pengungsi, dan mencari dukungan melalui jaringan lintas negara ketika advokasi tingkat domestik tidak berjalan dengan efektif. Dalam kasus Uganda, keterbatasan kapasitas dan sumber daya aktor domestik dalam memfasilitasi pendidikan bagi pengungsi membuka ruang bagi partisipasi aktor non-negara internasional, seperti UNHCR untuk meningkatkan perhatian serta dukungan terhadap isu tersebut. Penelitian ini berupaya untuk menganalisis lebih dalam mengenai peran jaringan advokasi transnasional dalam advokasi isu kemanusiaan melalui kampanye sport for protection di Uganda pada tahun 2024. Penelitian ini diharapkan mampu mengisi kekosongan dalam pengembangan penelitian mengenai TAN yang berfokus pada olahraga sebagai media advokasi serta mekanisme penyaluran bantuan untuk isu kemanusiaan.

Dalam konteks Afrika, praktik Transnational Advocacy Networks (TAN) dapat dilihat melalui penelitian "*Regional Advocacy Networks and the Protocol on the Rights of Women in Africa*" oleh Melinda Adams (Adams, 2007). Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan advokasi bergantung pada tekanan global dan kemampuan jaringan advokasi untuk berkolaborasi dengan aktor di dalam negeri dan regional. Jaringan ini memperkuat tuntutan mereka dengan menampilkan masalah, mendorong organisasi masyarakat sipil, dan menggunakan simbol. Dengan demikian, standar internasional dapat disesuaikan dengan keadaan lokal Afrika dan mendorong perubahan kebijakan baik di tingkat nasional maupun regional.

Di sisi lain, penelitian yang ditulis oleh Louis Moustakas mengenai "*Playing for progress: policy advocacy in sport for development*" menunjukkan bahwa olahraga semakin banyak digunakan untuk mendukung masalah sosial dan kemanusiaan (Moustakas, 2025). Penelitian ini menunjukkan bahwa *Sport for Development* (SFD) dapat membangun cerita global tentang masalah seperti perdamaian, kohesi sosial, dan perlindungan pengungsi. Olahraga menarik perhatian media dan meningkatkan kesadaran global karena mampu mengubah masalah kompleks menjadi simbol yang mudah dipahami oleh publik internasional. Namun, penelitian

tersebut juga menemukan bahwa sebagian besar praktik SFD masih terbatas pada politik simbolik, atau tahap membangun kesadaran. Ini tidak ideal untuk menghasilkan perubahan kebijakan atau memberikan tekanan langsung terhadap aktor negara dan donor.

Kedua penelitian tersebut menunjukkan perbedaan penelitian yang jelas, karena tidak ada penelitian yang menghubungkan secara langsung kekuatan simbolik advokasi, baik melalui jaringan TAN maupun olahraga ke tekanan politik yang sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada kampanye *Sport for Protection* di Uganda tahun 2024 yang dijelaskan melalui empat indikator TAN, yaitu *information politics*, *symbolic politics*, *leverage politics*, dan *accountability politics*. Meskipun demikian, analisis dalam penelitian ini menekankan pada bagaimana *symbolic politics* dapat berkembang menjadi *leverage politics*, sehingga mampu menghasilkan tekanan terhadap aktor negara dan donor dalam praktik advokasi transnasional. Penelitian ini berpendapat bahwa olahraga bukan hanya alat komunikasi tetapi juga alat strategis yang dapat diperkuat oleh artis global seperti Coldplay, sehingga mampu menciptakan tekanan terhadap donor dan aktor negara.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang bertujuan menggambarkan dan menjelaskan pola strategi advokasi kemanusiaan dijalankan oleh aktor non-negara dalam kampanye *Sport for Protection*. Penelitian ini berfokus pada satu kasus, yaitu kampanye *Sport for Protection* di Uganda, dengan rentang waktu analisis pada periode 2022-2024. Pemilihan periode tersebut didasarkan pada awal keterlibatan aktor global dalam kampanye hingga implementasi program yang lebih luas pada tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan proses, peran aktor, serta mekanisme kerja jaringan advokasi transnasional dalam praktik bantuan kemanusiaan. Subjek penelitian meliputi aktor-aktor non-negara yang terlibat dalam kampanye *Sport for Protection*, yaitu Windle International Uganda (WIU) sebagai aktor lokal, UNHCR sebagai aktor institusional internasional, serta Coldplay dan FC Barcelona Foundation sebagai aktor global dari sektor budaya populer dan olahraga. Fokus penelitian diarahkan pada strategi advokasi kemanusiaan yang dijalankan melalui jejaring transnasional. Variabel utama dalam penelitian ini adalah strategi *Transnational Advocacy Network* dalam bantuan kemanusiaan yang dianalisis melalui empat mekanisme utama, yaitu *information politics*, *symbolic politics*, *leverage politics*, dan *accountability politics*. Unit analisis penelitian terletak pada peran dan interaksi aktor non-negara dalam menjalankan keempat mekanisme tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan analisis dokumen. Studi literatur mencakup jurnal ilmiah, buku akademik, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan konsep *Transnational Advocacy Network*, advokasi kemanusiaan, dan pendekatan olahraga. Sementara itu, analisis dokumen difokuskan pada laporan resmi organisasi internasional seperti UNHCR dan UNICEF, laporan tahunan lembaga terkait, dokumen program WIU dan FC Barcelona Foundation, serta publikasi kampanye dan media internasional yang memuat aktivitas *Sport for Protection*. Selain itu, data juga diperoleh dari konten kampanye digital seperti publikasi media sosial dan rilis resmi yang mencerminkan aktivitas advokasi pada periode 2022-2024. Data yang digunakan bersifat sekunder dan dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian. Validasi data dilakukan melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai jenis dokumen, seperti laporan resmi, publikasi media, dan konten kampanye digital, untuk memastikan konsistensi dan mengurangi bias. Instrumen penelitian dalam studi ini adalah peneliti sendiri yang dibantu dengan pedoman analisis dokumen. Pedoman tersebut disusun berdasarkan indikator *Transnational Advocacy Network* untuk memastikan proses pengumpulan dan pengolahan data dilakukan secara sistematis. Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif-analitis melalui proses pengkodean dan kategorisasi. Data yang telah dikumpulkan kemudian diklasifikasikan ke dalam empat indikator *Transnational Advocacy Network*. Informasi yang berkaitan dengan penyebaran data, laporan, dan publikasi dikategorikan sebagai *information politics*. Konten yang menggunakan simbol budaya populer seperti musik, olahraga, dan kampanye visual dikategorikan sebagai *symbolic politics*. Keterlibatan aktor dengan pengaruh



global serta mobilisasi dukungan publik dan institusional dikategorikan sebagai *leverage politics*. Sementara itu, mekanisme pelaporan program, transparansi pendanaan, dan pemenuhan komitmen aktor dikategorikan sebagai *accountability politics*. Proses ini dilakukan untuk mengidentifikasi pola hubungan antar aktor dan menjelaskan bagaimana kampanye *Sport for Protection* berfungsi sebagai strategi advokasi kemanusiaan di Uganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian ini menganalisis peran jejaring advokasi TAN dalam kasus krisis pengungsi Uganda yang berlandaskan 4 indikator utama yaitu, *information politics*, *symbolic politics*, *leverage politics*, dan *accountability politics* (Sikkink, 1998). Penelitian menemukan bahwa proses advokasi berawal dari dokumentasi lokal oleh Windle International Uganda (WIU) sejak 1996, lalu diolah UNHCR dan pemerintah Uganda melalui *Uganda Country Refugee Response Plan* dan portal data sebagai informasi kebijakan (UNHCR, Uganda Country Refugee Response Plan, 2023). Selanjutnya, artis global seperti Coldplay yang secara resmi ditunjuk sebagai *High Profile Supporters* UNHCR pada 2022 dan institusi olahraga *FC Barcelona Foundation* yang juga resmi menjadi mitra UNHCR pada tahun 2022 (Foundation, Music and sport join forces to support refugees and displaced people affected by climate crisis, 2024) memanfaatkan platform budaya populer konser, merchandise, jersey amal sebagai aksi simbolik untuk menyuarakan isu pengungsi (SPOTIFY, 2024). Strategi leverage muncul ketika aktor-aktor kuat seperti Coldplay dan *FC Barcelona Foundation* direkrut untuk menambah tekanan advokasi, sementara mekanisme akuntabilitas memastikan janji-janji pendanaan dan kebijakan dituntut.

1. Definisi dan Penggunaan Indikator

Menurut Keck & Sikkink pada tahun 1998, *Transnational Advocacy Network* adalah koalisi lintas negara mulai dari NGO, selebritas, lembaga filantropi, bahkan lembaga olahraga, yang bekerja dalam mempromosikan nilai dan norma, serta mempengaruhi kebijakan global melalui kekuatan informasi, ide, dan strategi. Jaringan ini berbagi informasi, membangun kerangka isu, serta memanfaatkan persuasi dan tekanan untuk mempengaruhi aktor yang lebih berkuasa. Pengaruhnya dapat berupa perubahan kebijakan maupun prosedur di tingkat nasional atau internasional, meskipun hal ini tidak selalu mengubah perilaku langsung di lapangan (Sikkink, 1998). Dalam hal ini, penulis memetakan hasil penelitian melalui empat indikator utama, sebagai berikut.

1.1 Information Politics

Information politics yakni kemampuan aktor non-negara dalam jaringan advokasi memperoleh pengaruh dengan memproduksi dan menyebarkan informasi kredibel dengan tujuan membingkai isu, membangun legitimasi, dan meyakinkan publik serta pembuat kebijakan. Proses ini mencakup penyederhanaan isu, pemanfaatan kesaksian, serta dukungan media, meskipun informasi sering melalui proses pengolahan yang dapat mengubah makna aslinya (Sikkink, 1998). Dalam konteks ini, WIU (Windle International Uganda) mengumpulkan data kebutuhan pendidikan pengungsi. Data ini diintegrasikan ke dalam dokumen UNHCR *Uganda Refugee Response Plan* sebagai landasan kebijakan (UNHCR, Uganda Country Refugee Response Plan, 2023). Informasi resmi UNHCR kemudian tersedia untuk donor dan media global. Peran WIU sebagai sumber data primer krusial. Organisasi ini rutin mendata jumlah sekolah, murid, dan kebutuhan logistik di kamp (International, 2019). Misalnya, data 2024 menunjukkan 1.013 murid dalam pelatihan kejuruan WIU. Data lapangan ini diolah UNHCR dalam *Uganda Country Refugee Response Plan* sebagai rujukan respon nasional. UNHCR kemudian mempublikasikan statistik pengungsi dalam portal UNHCR, per Mei 2024 mencatat 1,7 juta pengungsi di Uganda (UNHCR, Refugee Data Finder, 2024). Informasi ini disebarkan melalui laporan tahunan, situs web UNHCR, dan briefing media internasional. Pada pertengahan 2024, UNHCR menerbitkan update media tentang dampak iklim pada pengungsi Uganda, disinkronkan dengan kampanye kaus amal (Mei–Juli 2024). Dengan kata lain, *information politics* muncul mulai dari dokumentasi lapangan (WIU) hingga mobilisasi data sebagai agenda global (publikasi UNHCR) yang memicu langkah advokasi selanjutnya.



1.2 Symbolic Politics

Symbolic politics dalam jaringan advokasi transnasional menggunakan simbol, aksi, dan cerita untuk menyampaikan makna dengan tujuan memudahkan audiens untuk memahami suatu isu. Interpretasi simbolis memiliki posisi penting dalam proses persuasi, yang mana hal ini dapat meningkatkan kesadaran dan memperoleh dukungan lebih luas (Sikkink, 1998). Aktor seperti Coldplay (High-Profile Supporter UNHCR sejak 2022) dan FC Barcelona Foundation (kemitraan UNHCR sejak 2022) merangkul musik dan olahraga sebagai medium simbolik. Konser *Music of the Spheres*, merchandise *Good Causes*, serta jersey amal Coldplay-Barça (2024) adalah contoh kampanye simbolik yang “menampar” isu pengungsi ke audiens luas (Coldplay, 2022). Coldplay dan FC Barcelona memainkan peran simbolik utama. Coldplay memanfaatkan musik dan media sosial untuk mengisahkan pengungsi Uganda. Sebagai *High-Profile Supporter* UNHCR pada tahun 2022 mereka mengkampanyekan nilai solidaritas melalui lagu dan video tur, serta mendonasikan 10% pendapatan tur ke isu sosial. Puncaknya, kolaborasi Coldplay–Spotify–FC Barcelona melahirkan jersey edisi “*Moon Music*” Coldplay di pergelangan lengan Barca, di mana seluruh keuntungan penjualan didonasikan ke UNHCR (Foundation, Music and sport join forces to support refugees and displaced people affected by climate crisis, 2024). Hal ini mengubah isu kemanusiaan menjadi simbol pop culture yang sangat viral. FC Barcelona Foundation mengemas sepak bola sebagai alat penyembuhan trauma: program *Sport-for-Protection* di kamp Uganda mengajak anak bermain sambil belajar hak-hak mereka. Video kamp pelatihan oleh pelatih Barca menampilkan kartu visual pengungsi, menyuarakan simbol pemulihan dan harapan. Produk lain: *T-shirt* amal iklim “Uganda” dengan desain *Fire-for-Water*, mempertegas simbol perubahan iklim sebagai musuh bersama. Melalui aksi simbolik ini konser, jersey, kaus, video masyarakat global dapat “merasakan” isu yang sebelumnya abstrak, meningkatkan keterlibatan emosi dan dukungan nyata (Foundation, More Than A Refugee, 2025).

1.3 Leverage Politics

Leverage politics dalam jaringan ini memengaruhi keadaan dengan melibatkan aktor-aktor yang lebih berkuasa untuk mendorong perubahan kebijakan melalui leverage moral seperti tekanan opini publik, maupun material seperti bantuan ekonomi atau hubungan diplomatik. Dengan strategi ini, kelompok yang kapabilitasnya rendah dapat memperoleh pengaruh lebih besar, meskipun tetap bergantung pada kredibilitas kelompok, dukungan publik, dan mitra yang kuat (Sikkink, 1998). Kolaborasi dengan label rekaman (Spotify), klub olahraga besar (FC Barcelona), dan korporasi sponsor mewakili pemanggilan sumber daya institusional yang memperluas dukungan finansial dan politik terhadap krisis. *Leverage* muncul ketika pemain kuat dimobilisasi. UNHCR memanggil lembaga donor, pemerintah, dan perusahaan untuk mengatasi defisit anggaran operasional (Foundation, The FC Barcelona Foundation and UNHCR unite for the rights of refugee children worldwide, 2022). Selain itu, aliansi dengan perusahaan besar seperti Spotify memberi tekanan pada industri musik untuk memprioritaskan advokasi. Kolaborasi Coldplay dan Barça juga mengundang sponsor global seperti Nike terlibat secara moral. UNHCR dan WIU memanfaatkan kondisi dengan meminta pendanaan untuk program pendidikan berdasarkan bukti lapangan.

Pada level kebijakan, dukungan simbolik Barcelona menarik perhatian diplomatik. Dengan modal nama dan reputasi besar, leverage politik menjembatani kekuatan institusional dan advokasi publik, memperluas kampanye di lingkaran pengambil keputusan yang lebih tinggi.

1.4 Accountability Politics

Accountability politics berupaya mendorong aktor target untuk mengubah posisi mereka secara terbuka, yang mana komitmen ini akan dimanfaatkan untuk menyoroti kesenjangan antara pernyataan dan praktik sebagai bentuk tekanan akuntabilitas. Dengan standar ini, jaringan advokasi dapat mempermalukan aktor target dan menuntut pertanggungjawaban apabila tidak sesuai dengan janji atau kebijakan yang telah disepakati (Sikkink, 1998). UNHCR secara transparan melaporkan gap pendanaan dan progres program, menekan donor dan pemerintah Uganda untuk bertindak konsisten dengan kebijakan hak pengungsi mereka (UNHCR, UNHCR

GLOBAL APPEAL, 2024). Akuntabilitas terwujud lewat mekanisme pelaporan dan tuntutan publik. UNHCR menerbitkan laporan keuangan *UNHCR Global Appeal* untuk Uganda, menuntut transparansi penggunaan donasi (UNHCR, UNHCR GLOBAL APPEAL, 2024). Bila target tidak tercapai, WIU dan UNHCR harus menjelaskan publik kenapa. Dalam ruang publik, LSM lokal dan media menyoroti janji pemerintah seperti ruang hijau pengungsi agar direalisasikan. Coldplay sendiri secara periodik melaporkan kontribusi finansial. FC Barcelona mengeluarkan laporan keberlanjutan 2025, memuat evaluasi proyek *Sport for Protection* mereka. Bentuk akuntabilitas ini memastikan advokasi tidak berhenti pada retorika, melainkan diukur dengan output yang jelas, dan aktor yang terkait bertanggung jawab bila target tidak tercapai.

2. Interaksi Indikator dan Hasil Advokasi

Dari bukti di atas, jelas bahwa keempat indikator TAN saling terjalin dalam advokasi pengungsi Uganda. Mulai dari *information politics*, WIU mendokumentasikan kebutuhan pendidikan dan UNHCR merangkainya ke dalam data kebijakan untuk mengangkat Uganda ke peta global. Data tersebut menjadi bahan utama *symbolic politics*, dikemas dalam narasi Coldplay dan Barcelona yang emosional dan resonan. Aksi simbolik ini kemudian mendukung *leverage politics* dengan menarik mitra kekuatan besar (label rekaman, sponsor olahraga) yang menyediakan sumber daya tambahan. Terakhir, mekanisme pelaporan dan tuntutan publik memicu *accountability politics* guna memastikan komitmen diimplementasikan.

Aktor	Peran dalam TAN	Bentuk Aksi (Indikator TAN)	Bukti Empiris	Dampak	Hambatan
WIU (Windle International Uganda)	Produsen data lokal dan aktor akar rumput	Information Politics	Pendataan pendidikan pengungsi secara rutin; ± 1.013 siswa dalam program vokasi (2024); data kebutuhan sekolah dan logistik di kamp	Menjadi basis utama penyusunan kebijakan oleh UNHCR dan pemerintah Uganda	Data terbatas pada akses lapangan; bergantung pada pendanaan donor; potensi bias dalam pelaporan lokal
UNHCR	Koordinator global dan pembuat kebijakan	Information Politics dan Accountability Politics	Uganda Refugee Response Plan; Refugee Data Finder ($\pm 1,7$ juta pengungsi per 2024); laporan Global Appeal; publikasi media	Memberikan legitimasi global; menarik donor internasional; membentuk arah kebijakan nasional	Gap pendanaan yang besar; birokrasi memperlambat implementasi; tidak semua kebijakan efektif di level kamp

Coldplay	Aktor simbolik budaya populer	Symbolic Politics dan Leverage Politics	Konser <i>Music of the Spheres</i> ; kampanye media sosial; donasi sebagian pendapatan tur; kolaborasi dengan Spotify dan UNHCR	Meningkatkan awareness global secara signifikan; memperluas jangkauan isu ke audiens non-politik	Dampak cenderung jangka pendek; bergantung pada viralitas; tidak langsung menyentuh perubahan struktural di kamp
FC Barcelona Foundation	Institusi dengan budaya olahraga sebagai aktor advokasi	Symbolic Politics & Leverage Politics	Program <i>Sport for Protection</i> di kamp pengungsi; jersey amal kolaborasi; kampanye edukasi melalui sepak bola	Memberikan dukungan psikososial bagi anak pengungsi; meningkatkan visibilitas isu melalui olahraga global	Skala program terbatas; keberlanjutan bergantung pada pendanaan ; dampak tidak merata di seluruh kamp seperti Bidi Bidi

Gambar 1.1 Interaksi Indikator dan Aktor

Sumber: Dibuat dan diolah penulis dari Keck & Sikkink (1998)

3. Hambatan dan Keterbatasan

Dibalik dari kesuksesan kampanye ini, tentunya ada beberapa keterbatasan yang menjadi hambatan dalam pelaksanaannya yakni:

3.1 Keberlanjutan vs Dampak Nyata

aksi simbolik melalui konser atau jersey dapat menggaung sesaat, namun manfaat jangka panjang di kamp Bidi Bidi belum terukur. Misalnya, meski kaus amal terkumpul jutaan dolar, belum jelas seberapa besar penyaluran langsung untuk sekolah atau pelatihan di Bidi Bidi. Data pendidikan (WIU) menunjukkan puluhan ribu murid aktif, tetapi tanpa evaluasi lanjut sulit menilai peningkatan kualitas. Tanpa strategi lanjutan, inisiatif simbolik berisiko menjadi viral belaka.

3.2 Politisasi Isu

Bantuan kemanusiaan di Uganda rentan terhadap gejolak politik dan geopolitik. Penekanan pada narasi tertentu (seperti dampak iklim) bisa menimbulkan pertanyaan tentang agenda terselubung. Selain itu, framing pengungsi sebagai "korban iklim" atau "korban perang" berbeda implikasinya, dan pilihan narasi mempengaruhi dukungan publik.

3.3 Ketergantungan Pada Donor dan Selebritas

Keberhasilan pendanaan sangat bergantung pada kemurahan hati donor atau popularitas selebritis. Jika Coldplay atau perusahaan sponsor menghadapi skandal atau mulai fokus proyek lain, perhatian bisa menguap. Selain itu, perubahan prioritas donor global (mis. krisis lain) dapat mengurangi dana untuk Uganda.

3.4 Distorsi Data dan Legitimasi

Data informasi berisiko disederhanakan demi citra kampanye. Framing advokasi bisa memperhalus kompleksitas lokal atau menonjolkan statistik yang menarik perhatian, tapi mengaburkan realita lain. Keaslian aktor eksternal juga dipertanyakan: walau namanya besar, Coldplay dan Barca bukan warga lokal Uganda. Mereka rentan dianggap simbolik tanpa memahami konteks setempat, sehingga legitimasi mereka dalam suara komunitas pengungsi terbatas.



3.5 Risiko Reputasi

Jika salah satu aktor terjadi kontroversi (misalnya, tuduhan pelanggaran, dukungan politik), hal ini bisa merusak citra kampanye. Sebagai contoh, jika Nike atau Spotify menghadapi kritik hak asasi manusia, dukungan mereka dapat melukai persepsi misi bantuan.

Secara keseluruhan, hambatan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan advokasi tergantung bukan hanya pada viralitas, tapi juga strategi jangka panjang, keterlibatan komunitas lokal, dan diversifikasi sumber daya

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye *Sport for Protection* 2024 di Uganda merupakan contoh nyata bagaimana jaringan advokasi internasional menangani masalah kemanusiaan, terutama yang berkaitan dengan keselamatan dan pendidikan anak-anak pengungsi. Jangkauan advokasi diperluas ke tingkat internasional melalui kerja sama antara aktor lokal, organisasi internasional, dan aktor non-negara dari sektor budaya dan olahraga. Kampanye ini meningkatkan kesadaran akan isu-isu pengungsi, memobilisasi dukungan publik, dan memperkuat komitmen berbagai pihak untuk mengatasi krisis kemanusiaan melalui mekanisme utama Jaringan Advokasi Transnasional dalam politik informasi, politik simbolik, politik pengaruh, dan politik akuntabilitas.

Temuan penelitian menegaskan bahwa keterlibatan aktor non-negara yang berbasis pada budaya populer dan olahraga memainkan peran strategis dalam menjembatani kesenjangan antara kebutuhan di lapangan dan perhatian global. Kesimpulan penelitian ini membuktikan peran strategis yang dimainkan aktor non-negara yang berbasis pada budaya populer dan olahraga dalam menjembatani kesenjangan antara kebutuhan lokal dan perhatian internasional. Strategi ini telah berhasil mendukung pemerintah dalam pemberian bantuan kepada pengungsi sekaligus mempromosikan metode advokasi yang lebih fleksibel di era digital.

Agar program *Sport for Protection* tidak berhenti setelah kampanye selesai, pemerintah lokal di Uganda perlu mulai memasukkan program ini ke dalam kebijakan daerah, misalnya dengan menyediakan anggaran khusus dan menjalin kerja sama yang lebih jelas dengan WIU sebagai organisasi pelaksana di lapangan. Di sisi lain, organisasi internasional seperti UNHCR tidak cukup hanya mendukung saat kampanye berlangsung, tetapi juga perlu memastikan adanya pendanaan jangka panjang sekaligus memperkuat kapasitas komunitas lokal agar program bisa terus berjalan secara mandiri. Selain itu, keterlibatan FC Barcelona dan Coldplay sebaiknya tidak berhenti pada peningkatan perhatian publik saja, namun dimanfaatkan sebagai dorongan untuk membangun komitmen yang lebih konkret, seperti kerja sama dengan donor tetap dan upaya mendorong dukungan kebijakan, sehingga dampak program bisa lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, M. (2007). Regional Advocacy Networks and the protocol on the rights of women in Africa. *University of Wisconsin-Madison*, 451-474.
- Bramer, B. (2023). Negotiating Educational Space in Rhino Camp, Uganda. *Wageningen University & Research*, 1. From Windle International Uganda.
- Coldplay, S. (2022). *Good Causes*. From Coldplay: <https://sustainability.coldplay.com/section/good-causes/>
- Foundation, F. B. (2022, March 24). *The FC Barcelona Foundation and UNHCR unite for the rights of refugee children worldwide*. From The FC Barcelona Foundation and UNHCR unite for the rights of refugee children worldwide: <https://foundation.fcbarcelona.com/en/news/3912334/the-fc-barcelonafoundation-and-unhcr-unite-for-the-rights-of-refugee-children-worldwide>
- Foundation, F. B. (2024, May 09). From FC Barcelona Foundation: <https://foundation.fcbarcelona.com/en/news/4001174/music-and-sport-joinforces-to-support->



- refugees-and-displaced-people-affected-by-climate-crisis
Foundation, F. B. (2024, may 09). *Music and sport join forces to support refugees and displaced people affected by climate crisis*. From FC Barcelona Foundation: <https://www.fcbarcelona.com/en/news/4001174/music-and-sport-join-forcesto-support-refugees-and-displaced-people-affected-by-climate-crisis>
- Foundation, F. B. (2025, June 13). *More Than A Refugee*. From FC Barcelona Foundation: <https://foundation.fcbarcelona.com/en/news/4285133/more-thana-refugee-a-new-documentary-illustrating-how-the-power-of-sport-and-barccan-improve-the-lives-of-refugees>
- International, W. (2019, November 29). *Windle International Uganda named best in country at top awards*. From Windle International: <https://www.windleinternational.org/news/windle-international-uganda-namedbest-in-country-at-top-national-awards-njn5p#:~:text=WIU%20was%20established%20in%201996,in%2010%20districts%20of%20Uganda>
- Moustakas, L. (2025, Maret 13). *National Library of Medicine*. From Playing for progress: policy advocacy in sport for development: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11965889/>
- Peter Ssimbwa, A. S. (2023). Effectiveness of the Education in Building Self-Reliance Skills among. *Asian Journal of Social Sciences and Legal Studies*, 23. From Windle International.
- Sikkink, M. E. (1998). *Activist Beyond Borders*. Ithaca, New York: Cornell University Press.
- SPOTIFY. (2024, October 17). *Coldplay Unites With Spotify and FC Barcelona To Release a Special El Clásico Shirt, Merch Collection, and Matchday Playlist*. From Newsroom Spotify: <https://newsroom.spotify.com/2024-10-17/coldplayfc-barcelona-shirt-moon-music-el-clasico/#:~:text=All%20net%20proceeds%20from%20the,real%20challenges%20faced%20by%20refugees>
- UGANDA, T. R. (2023, December 28). *PLEDGES BY THE GOVERNMENT OF UGANDA - GRF 2023*. From Operational Data Portal: <file:///C:/Users/Dhadieo/Downloads/Final%20pledges%20-%20Global%20Refugee%20Forum%202023.pdf>
- Uganda, W. I. (2024). *WIU Programming*. From Windle International Uganda : <https://www.windleinternational.org/uganda-1#:~:text=,2024>
- UNHCR. (2024). *Refugee Data Finder*. From UNHCR: https://www.unhcr.org/refugee-statistics/data-summaries?data_summaries%5Bregion%5D=3&data_summaries%5Bcountry%5D=199&data_summaries%5BwithinFrom%5D=within&data_summaries%5Bview%5D=population_totals&data_summaries%5Byear%5D=2024&data_summaries%5BpopType%5D
- UNHCR. (2023, December). *Uganda Country Refugee Response Plan*. From Data UNHCR: file:///C:/Users/Dhadieo/Downloads/UCRRP_Detailed%20planning%2020242025_FINAL.pdf
- UNHCR. (2024). *UNHCR GLOBAL APPEAL*. From UNHCR: https://www.unhcr.org/sites/default/files/2024-01/-Global_Appeal_2024-9.pdf
- UNICEF. (2024). *Uganda Humanitarian Situation Report, Mid-Year 2024*. From UNICEF: <https://www.unicef.org/media/159556/file/Uganda-HumanitarianSitRep-Mid-Year-2024.pdf>