

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian suatu negara saat ini tidak terlepas dari aktivitas perekonomian global. Hubungan perekonomian internasional antar negara menjadi sebuah sistem yang penting dan utama dalam keberjalanan suatu negara. Pada era globalisasi, aktivitas perdagangan menjadi salah satu sumber utama pendapatan. Perdagangan internasional diibaratkan sebagai nadi kehidupan bagi perekonomian suatu negara (Oktari, 2019). Pendapatan negara yang besar dapat dicapai apabila suatu perdagangan mencapai skala internasional seperti ekspor dan impor yang juga menjadi salah satu faktor penguat pertumbuhan negara. Aktivitas ekspor impor diimplementasikan melalui proses pertukaran produk dan jasa antar bangsa yang akan menghasilkan devisa negara dan menjadi faktor pendukung dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Asbiantari, 2020).

Kegiatan ekspor merupakan salah satu sumber devisa yang sangat dibutuhkan oleh suatu negara yang bersifat *widely-open* atau ekonomi terbuka yang terintegrasi dengan ekonomi global. Salah satu negara yang memiliki sifat *widely-open* dalam kegiatan ekspor adalah Arab Saudi. Arab Saudi telah melakukan ekspor ke berbagai negara dengan meningkatkan jumlah produksi, sehingga hal ini mampu untuk menstimulasi pertumbuhan ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Arab Saudi (Astuti, 2018). Adapun kegiatan ekspor yang dilakukan oleh Arab Saudi adalah terkait dengan perdagangan minyak bumi. Persentase ekspor minyak bumi Arab Saudi pada tahun 2013-2022

menunjukkan tren kestabilan yang berada pada angka 65 hingga 80 persen dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) (OEC, 2024).

Persentase tersebut menunjukan bahwa sumber terbesar dalam PDB Arab Saudi didapatkan dari hasil minyak bumi sektor utama pendapatan negara. Sejatinya hal ini menjadi kemudahan bagi Arab Saudi dalam menjalankan perekonomian negara. Namun juga menjadi permasalahan karena terdapat ketergantungan ekonomi pada sektor minyak bumi. Permasalahan ini salah satunya disebabkan oleh volatilitas harga minyak global yang tidak menentu, terlebih ketika terjadi perang harga antar negara produsen minyak bumi. Volatilitas harga minyak yang berlebihan yang disebabkan oleh guncangan permintaan dan/atau ketidakstabilan serta ketegangan geopolitik secara keseluruhan selalu berdampak negatif pada ekonomi Arab Saudi (Badeeb & Lean, 2018).

Permasalahan ini jika terus diekspos dan tidak diatasi oleh Pemerintah Arab Saudi, maka akan terjadi kerentanan ekonomi akibat fluktuasi harga komoditas minyak secara global (Aledwani & Prakash, 2024). Lebih lanjut, eksploitasi berkelanjutan berpotensi mempercepat defleksi cadangan minyak, yang pada gilirannya akan mengancam keberlanjutan sumber pendapatan utama negara di masa depan (Gorozen, 2024). Jika Arab Saudi terus menambang 9 sampai 10 juta barel per hari, maka pada tahun 2031 negara akan mencapai titik setengah dari cadangannya, di mana produksi akan mulai menurun (Gorozen, 2024). Oleh karena itu, Pemerintah Arab Saudi mulai mencari solusi untuk melepaskan ketergantungan terhadap minyak bumi melalui peralihan perekonomian untuk mencari pendapatan

dari satu sumber pendapatan ke sumber pendapatan lainnya ini atau diversifikasi ekonomi (Resa, 2022).

Upaya diversifikasi ekonomi terlihat dari inisiasi Saudi Vision 2030. Pada tahun 2016, Pemerintah Arab Saudi meluncurkan Saudi Vision 2030 yang menyorot perubahan pada cara pandang Pemerintah Arab Saudi guna mencapai diversifikasi ekonomi. Saudi Vision 2030 merupakan rencana ambisius yang mencakup 3 (tiga) tujuan; *a vibrant society*, *a thriving economy*, dan *an ambitious nation*. 3 tujuan ini berupaya mereformasi Arab Saudi dalam berbagai aspek, seperti teknologi dan isu-isu sosial budaya dalam masyarakat Arab Saudi. Saat ini, masyarakat dapat bepergian ke bioskop; perempuan dapat memasuki stadion untuk menonton sepak bola, dan mereka dapat mengendarai mobil tanpa ditemani oleh wali atau kerabat mereka (Trofimov, 2019). Fenomena perubahan sosial ini terjadi semenjak Mohammed Bin Salman menjadi putra mahkota. Pangeran MBS mengatakan bahwa hiburan dan budaya sangat penting untuk mengubah standar hidup warga negara dalam waktu singkat (Al-Dakhil, 2016). Fokus Saudi Vision 2030 juga bertujuan mengurangi ketergantungan pada minyak dengan melalui pengembangan sektor swasta dan pemanfaatan energi terbarukan seperti angin, matahari, panas bumi, hidro, dan biomassa (Amran et al., 2020).

Dalam konteks upaya diversifikasi ekonomi tersebut, Arab Saudi mengidentifikasi penyelenggaraan ajang internasional bergengsi pada aspek olahraga sebagai peluang ekonomi. Sebagai contoh, klub pada liga sepak bola Arab Saudi atau Saudi Pro League merekrut pemain bintang kelas dunia dari Eropa untuk bermain di Saudi Pro League. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian dunia.

Terhadap sepak bola Arab Saudi sehingga membentuk citra positif dan membuka peluang ekonomi baru bagi Arab Saudi (Rahmadini et. al., 2024). Tidak hanya sepak bola, Arab Saudi juga menasar ajang olahraga bergengsi lainnya yaitu Formula 1 yang pertama kali dilaksanakan di Arab Saudi pada tahun 2021. Ajang ini dipandang mampu memberikan manfaat ganda, baik yang berasal langsung dari kompetisi balap maupun dari dampak ekonomi pada sektor-sektor pendukung. Adapun yang menjadi ketertarikan bagi Arab Saudi dalam mengadakan Formula 1 adalah adanya peluang yang pesat dalam bidang teknologi yang terus semakin maju dan mahal, sehingga diharapkan dapat menjadi peluang di hadapan publik internasional bagi Arab Saudi untuk mendapatkan pendapatan di luar penghasilan minyak bumi (Fakhriansyah, 2024).

Formula 1 sendiri merupakan kejuaraan balap pada kasta tertinggi kursi tunggal roda terbuka yang telah ada sejak tahun 1950. Formula 1 juga memiliki julukan sebagai puncak olahraga balap atau yang disebut sebagai *The Pinnacle of Motorsport*. Kejuaraan Formula 1 ini dibentuk dan diatur oleh suatu lembaga yang bernama *Federation Internationale de l'Automobile* atau yang disebut dengan FIA. Adapun, peserta pembalap dan peserta pabrik harus memenuhi dan mematuhi segala aturan yang diselenggarakan oleh FIA (Rulief, 2023). Dalam konteks bisnis, Formula 1 merupakan entitas yang bernilai tinggi—hingga mencapai miliaran dolar. Dalam laporan terbaru Forbes (2024), sepuluh tim Formula 1 secara kolektif mencapai nilai total sebesar US\$23,1 miliar, dengan setiap tim kini memiliki valuasi di atas US\$1 miliar dan rata-rata mencapai US\$2,31 miliar (Offredi, 2024). Di sisi lain, pendapatan keseluruhan Formula 1 mencapai US\$2,57 miliar pada

tahun 2022, sementara pemilik komersialnya, Liberty Media, dinobatkan sebagai konglomerat olahraga paling berharga di dunia dengan nilai mencapai US\$18,22 miliar pada tahun 2024. Rata-rata valuasi tim meningkat hingga 44% dibandingkan penilaian pada Juni 2023, mengindikasikan laju pertumbuhan eksponensial dari industri motorsport elit ini (Brittle, 2024).

Sebagai ajang balap mobil nomor 1 di dunia, Formula 1 juga dapat menarik investasi dan peluang ekonomi melalui kehadiran sponsor dan wisatawan mancanegara yang tertarik untuk berkunjung dan menghadiri ajang balap tersebut (Asmarantaka, 2017). Sejak dilaksanakannya Saudi Arabian Grand Prix 2021, tawaran investasi datang dari beberapa produsen otomotif, terutama industri *manufacturing*. Sebagai contoh, perusahaan ban sekaligus sponsor penyuplai ban untuk Formula 1, *Pirelli Motorsport Company* menginvestasikan 550 juta dolar untuk membangun pabrik pengembangan ban di Arab Saudi yang bekerja sama dengan konsorsium Kerajaan Arab Saudi, *Public Investment Fund* atau PIF (Pirelli, 2023). Contoh lain datang dari *Hyundai Motors Ltd.* Perusahaan otomotif asal Korea Selatan ini menginvestasikan uang sebesar 500 juta dolar pada 2023. Investasi ini mencerminkan dorongan diversifikasi ekonomi yang lebih luas dalam lanskap Saudi Vision 2030, dengan pangsa pasar otomotif Arab Saudi yang bernilai 20 miliar dolar pada tahun 2023. Angka ini diproyeksikan dapat tumbuh sebesar 16,13% per tahun, sehingga mencapai 75 miliar dolar pada tahun 2032, sehingga menciptakan insentif ekonomi yang kuat untuk produksi lokal (Lal, 2025).

Maka, penyelenggaraan Formula 1 di Arab Saudi merupakan kesempatan bagi negara untuk meningkatkan citra internasional dengan menarik perhatian

Commented [1]: Ini adalah bagian yang Mas Faiq koreksi pada skripsi saya. Terimakasih Mas

global dan menjadi sorotan media internasional. Hal ini memungkinkan Arab Saudi untuk menampilkan sisi modern dan progresif dari negaranya dalam bidang olahraga dan infrastruktur sehingga berpengaruh terhadap *nation branding* Arab Saudi. Pembangunan sirkuit balap dan infrastruktur pendukung lainnya juga memberikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan ekonomi dan pengembangan wilayah (Ernst, 2019). Keuntungan baik dari segi ekonomis maupun dari segi *image* yang dibangun oleh mendorong Arab Saudi ingin menjadikan negaranya menjadi tuan rumah dalam penyelenggaraan Formula 1 (Ibnuyasa, 2023).

Urgensi diversifikasi ekonomi dan upaya membangun citra baru Arab Saudi yang lebih modern dan terbuka melalui penyelenggaraan Formula 1 menjadi salah satu strategi penting dalam kerangka Saudi Vision 2030. Ajang olahraga internasional ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan non-migas dan instrumen untuk mengkonstruksi identitas nasional baru Arab Saudi melalui *sport diplomacy*. Identitas ini dibentuk melalui narasi modernisasi, inklusivitas, dan keterbukaan terhadap budaya global, yang secara simbolik tercermin dalam penyelenggaraan ajang olahraga Formula 1. Dengan demikian, penelitian ini berupaya untuk menelaah pengaruh penyelenggaraan Formula 1 terhadap upaya Arab Saudi dalam mengurangi ketergantungan ekonomi pada sektor minyak, serta bagaimana peran event ini dalam membentuk identitas dan memperkuat *nation branding* Arab Saudi dalam pencapaian tujuan pilar *A Thriving Economy* dalam Saudi Vision 2030.

1.2. Perumusan Masalah

Merujuk pada konteks yang telah diuraikan sebelumnya, maka muncul pertanyaan terkait dengan kebijakan Saudi Vision 2030 ini. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh penyelenggaraan Formula 1 terhadap upaya Arab Saudi dalam mengurangi ketergantungan ekonomi pada sektor minyak, sebagai bagian dari pencapaian tujuan pilar A Thriving Economy dalam Saudi Vision 2030?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengeksplorasi penyelenggaraan ajang balap Formula 1 sebagai upaya sport diplomacy dalam membangun citra suatu negara dengan mengambil studi kasus Arab Saudi demi mewujudkan diversifikasi ekonomi. Adapun penelitian ini juga berupaya mengeksplorasi dari segi perekonomian dan pendapatan negara Arab Saudi dengan mengambil peluang di luar sektor minyak bumi dalam mencapai tujuan pilar A Thriving Economy dalam Saudi Vision 2030

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat berguna baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan penelitian ini yang harus dicapai. Berikut kegunaan penelitian yang diharapkan oleh peneliti:

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengeksplorasi penyelenggaraan ajang balap Formula 1 sebagai upaya sport diplomacy dalam membangun citra suatu negara dengan mengambil studi kasus Arab Saudi demi

mewujudkan diversifikasi ekonomi. Adapun penelitian ini juga berupaya mengeksplorasi dari segi perekonomian dan pendapatan negara Arab Saudi dengan mengambil peluang di luar sektor minyak bumi dalam mencapai tujuan pilar A Thriving Economy dalam Saudi Vision 2030.1.4.2

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman terkait dengan peran penyelenggaraan olahraga balap internasional dalam konteks *sport diplomacy* bagi suatu negara beserta langkah-langkah dan implikasi yang akan dilakukan di suatu negara.

1.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertumpu pada literatur penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dan keterkaitan. Literatur penelitian terdahulu akan memperdalam pemahaman mengenai masalah yang ada pada penelitian ini. Berikut adalah beberapa literatur penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dan dapat dijadikan acuan atau landasan pada penelitian ini:

1.5.1. Studi Literatur

Literatur pertama karya Rulief (2023) dalam jurnal yang berjudul *Kepentingan Bahrain Menjadikan Ajang Balap Sebagai Alat Sport Washing* menjelaskan secara khusus mengenai sportwashing sebagai cara Bahrain mengadakan event internasional khususnya ajang balap melalui Formula 1 demi mencapai pendapatan wisatawan yang signifikan melalui event tersebut. Adapun sportwashing telah dianggap Bahrain menjadi suatu cara yang tepat untuk mencari pemasukan negara di luar sektor yang biasanya dengan menarik adanya investor-

investor asing. Penulis mengharapkan penelitian lebih lanjut mengenai latar belakang diambilnya sportwashing untuk menjadikan ajang balap dalam meraih pendapatan di luar sektor yang biasanya sebagai bentuk dari adanya kebijakan diversifikasi ekonomi yang diambil oleh Arab Saudi.

Literatur kedua berjudul *Sports Mega-Events as Foreign Policy: Sport Diplomacy, “Soft Power,” and “Sportswashing”* oleh Grix dan Brannagan (2024) mengeksplorasi bagaimana negara otoriter seperti Qatar menggunakan olahraga skala global sebagai alat diplomasi untuk meningkatkan citra internasionalnya, mendiversifikasi ekonominya, dan memperkuat keamanan nasional. Tidak seperti negara-negara demokrasi yang mengandalkan daya tarik budaya untuk soft power, Qatar tidak memiliki aset soft power tradisional. Mereka menggunakan cara “sportswashing”—berinvestasi besar-besaran dalam menyelenggarakan acara olahraga besar seperti Piala Dunia FIFA 2022 dan mensponsori tim sepak bola dari liga internasional untuk membentuk kembali reputasi globalnya. Para penulis berpendapat bahwa sportswashing bukan sekadar upaya membuat citra baru, tetapi merupakan tahap pertama dalam strategi jangka panjang untuk mendapatkan soft power. Salah satu contohnya adalah sponsorship Qatar Airways terhadap Formula 1 sebagai mitra global dan maskapai resmi dari Barcelona Football Club, yang diharapkan dapat meningkatkan visibilitas global negara tersebut dan memperkuat kehadirannya dalam olahraga elit. Melalui upaya tersebut, Qatar memposisikan dirinya sebagai pemain kunci di panggung dunia, membangun pengaruh dan menjalin hubungan internasional, terutama di kawasan-kawasan tempat aliansi politik dan perhatian global sangat penting bagi kelangsungan hidup dan

perkembangannya. Hal ini menjadikan olahraga sebagai pilar utama kebijakan luar negeri Qatar, yang memadukan visibilitas, prestise, dan keterlibatan global yang strategis.

Literatur ketiga dibuat oleh Maula Bitu Mara (2018) dalam jurnal yang berjudul *Diplomasi Kebudayaan Uni Emirat Arab Abu Dhabi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Formula One Grand Prix (F1 GP) Tahun 2009-2014* menjelaskan upaya yang dilakukan oleh Uni Emirat Arab dalam melaksanakan diversifikasi ekonomi melalui cara diplomasi kebudayaan dalam tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ketika akan diadakan event internasional berupa Formula 1 dimana Uni Emirat Arab sebagai penyelenggara dan tuan rumah. Adapun fokus penelitian ini hanya merujuk pada diplomasi kebudayaan yang dilakukan oleh Uni Emirat Arab. Penulis mengharapkan adanya penelitian lebih lanjut mengenai diplomasi kebudayaan yang dilaksanakan sebagai bentuk diversifikasi ekonomi yang dapat diselaraskan lebih lanjut.

Literatur keempat ditulis oleh Kristin Young (2024) yang berjudul *Nation Branding in Saudi Arabia; Sports Diplomacy for Western Attraction* menjelaskan investasi Arab Saudi di bawah kepemimpinan Mohammed bin Salman dalam olahraga, khususnya sepak bola sebagai bagian dari strategi diplomasi publik dalam kerangka Saudi Vision 2030. Fokus utama penelitian ini terletak pada penggunaan sport diplomacy untuk pembentukan citra negara yang lebih positif di sebagai bentuk transformasi identitas nasional dan upaya diversifikasi ekonomi dari ketergantungan pada sektor minyak. Penelitian ini menggunakan konsep soft power dan nation branding dengan kerangka analisis Listening & Evaluation Compass

(L&E Compass) yang menilai keberhasilan diplomasi publik berdasarkan input, output, dan outcome dari tiga studi kasus: perekrutan Cristiano Ronaldo oleh Al-Nassr FC, akuisisi Newcastle United oleh PIF, dan keberhasilan Saudi menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2034. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun terdapat peningkatan rasa ingin tahu dan kunjungan dari negara-negara Eropa, persepsi publik di barat khususnya Amerika Serikat masih cenderung negatif terhadap Arab Saudi yang menunjukkan bahwa dampak diplomasi olahraga masih terbatas dan bersifat kontekstual.

Literatur kelima berjudul “Kepentingan Indonesia Menjadi Tuan Rumah Asian Games Tahun 2018” ditulis oleh Wildan Hafizh Al Redha dkk. (2025). Penelitian ini mengkaji strategi Indonesia dalam memanfaatkan ajang Asian Games sebagai sarana untuk mencapai kepentingan nasional melalui kerangka konstruktivisme, khususnya identitas nasional sebagai hasil konstruksi sosial yang dapat dibentuk dan dinegosiasikan melalui interaksi internasional. Dalam konteks ini, Indonesia memanfaatkan Asian Games 2018 untuk memperkuat nation branding, membangun citra positif, dan mempromosikan budaya serta daya tarik wisata di tingkat global. Penulis menjelaskan bahwa kepentingan nasional Indonesia bersifat simbolik, seperti kebanggaan nasional, pengakuan internasional, dan diplomasi budaya. Penelitian ini menempatkan penyelenggaraan Asian Games sebagai alat untuk memperkuat identitas nasional dan meningkatkan posisi tawar Indonesia di kawasan Asia. Penelitian ini memperlihatkan bagaimana mega event olahraga dapat berfungsi sebagai platform untuk membentuk persepsi global terhadap negara dan sekaligus memperkuat kohesi sosial dalam negeri.

Berdasarkan kajian literatur, sejumlah studi telah membahas penggunaan diplomasi olahraga sebagai strategi nation branding dan diversifikasi ekonomi. Rulief (2023) menyoroti bagaimana Bahrain menggunakan ajang Formula 1 sebagai instrumen sportwashing untuk menarik wisatawan dan investasi asing, namun belum menjelaskan secara mendalam latar belakang kebijakan diversifikasinya. Grix dan Brannagan (2024) mengeksplorasi diplomasi olahraga Qatar sebagai pilar kebijakan luar negeri melalui penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2022 dan sponsor klub olahraga dan fokus pada negara otoriter yang kekurangan aset soft power tradisional. Sementara itu, Maula Bitu Mara (2018) membahas diplomasi kebudayaan Uni Emirat Arab dalam penyelenggaraan F1 GP sebagai sarana menarik wisatawan, meskipun terbatas pada aspek promosi budaya. Young (2024) mengulas strategi sport diplomacy Arab Saudi melalui sepak bola sebagai bagian dari visi Saudi Vision 2030 dan menemukan bahwa persepsi publik Barat masih cenderung negatif. Al Redha et al. (2025) menganalisis bagaimana Indonesia menggunakan Asian Games 2018 untuk membentuk identitas nasional dan meningkatkan citra global dengan pendekatan konstruktivis dan melihat kepentingan simbolik Indonesia pada ajang tersebut.

Secara umum terlihat bahwa diplomasi olahraga telah menjadi strategi soft power yang diadopsi berbagai negara dalam membentuk citra internasional dan mendorong transformasi ekonomi. Sudah terdapat kajian konstruktivisme yang membahas peran identitas dalam meningkatkan citra global sebuah negara. Namun, belum terdapat pembahasan spesifik mengenai keterkaitan antara pembentukan nation branding dengan diversifikasi ekonomi di Arab Saudi. Oleh karena itu,

penelitian ini berfokus pada transformasi citra Saudi melalui kerangka identitas pada konstruktivisme dan sport diplomacy dalam penyelenggaraan F1 untuk diversifikasi ekonomi sebagai bagian dari pencapaian tujuan pilar A Thriving Economy dalam Saudi Vision 2030.

1.5.2. Kerangka Teoritis

1.5.2.1 Konstruktivisme Berbasis Identitas

Konstruktivisme merupakan teori dalam hubungan internasional yang menekankan pentingnya konstruksi sosial seperti norma, budaya, dan identitas, dalam membentuk politik internasional (Park, 2018). Alexander Wendt memaparkan bahwa “anarki adalah apa yang negara-negara buat darinya” (anarchy is what states make of it) yang berarti bahwa realitas internasional, termasuk identitas negara, yang terbentuk atas interaksi dan ide-ide yang dianut oleh negara-negara. Identitas merupakan hasil dari interaksi sosial, budaya, dan politik. Dalam pandangan konstruktivis, identitas dan kepentingan saling terkait. Identitas suatu negara memengaruhi kepentingannya, dan sebaliknya. Hubungan identitas dan kepentingan ini pada akhirnya berpengaruh terhadap tindakan negara. Identitas membentuk kepentingan, kepentingan mendorong tindakan. Namun, hubungannya tidak bersifat linear melainkan bergantung pada siklus. Jika tindakan negara sejalan dengan identitas, maka identitas akan semakin kuat, begitu juga sebaliknya (Rosyidin, 2022). Oleh karena itu, identitas dapat berubah seiring berjalannya waktu.

Terdapat empat tipologi identitas menurut Wendt (dalam Rosyidin, 2022), yaitu identitas korporat, tipe, peran, dan kolektif. Identitas korporat berkaitan dengan ciri intrinsik negara seperti kondisi geografis, seperti identitas sebagai negara kepulauan. Oleh karena itu, identitas tipe cenderung tetap. Identitas tipe lebih berkaitan terhadap aspek non-fisik seperti ideologi dan sejarah. Sebagai contoh identitas sebagai negara islam atau negara demokratis. Identitas peran berkaitan dengan tugas atau tanggung jawab yang melekat pada suatu negara. Contoh tipologi ini adalah identitas sebagai negara peacemaker. Selanjutnya adalah identitas kolektif yang terbentuk akibat kesamaan rasa antar negara. Seperti identitas sebagai sesama bangsa terjajah atau identitas sebagai sesama negara arab di Timur Tengah.

Dalam konteks diplomasi, konstruktivisme memandang bahwa praktik diplomatik sebagai platform dalam pembentukan identitas, norma, dan relasi sosial antarnegara. Diplomasi menjadi arena penting di mana identitas suatu negara dikomunikasikan, dikenali, dan dinegosiasikan oleh aktor lain dalam sistem internasional (Hopf, 1998). Karena negara-negara bertindak sesuai dengan identitas yang mereka miliki, dan tindakan diplomatik merefleksikan citra yang ingin dibangun oleh negara tersebut. Dalam hal ini, identitas nasional dapat dipandang sebagai upaya strategis untuk memengaruhi persepsi internasional, yang melibatkan pembentukan narasi dan citra yang diproyeksikan ke dunia luar (Wendt, 1974). Branding negara digunakan untuk memperkuat identitas nasional, menarik investasi, meningkatkan pariwisata, dan memperluas pengaruh global. Namun, konstruktivisme menekankan bahwa keberhasilan branding ini sangat bergantung

pada penerimaan dan interpretasi oleh aktor-aktor lain dalam sistem internasional. makna dari suatu identitas atau bergantung pada pengakuan bersama dalam konteks intersubjektif yang dibentuk melalui proses diplomasi yang terus berlangsung (Wendt, 1992).

1.5.2.2. Sport Diplomacy

Sport diplomacy merupakan bagian dari diplomasi publik yang menggunakan olahraga sebagai sarana untuk mempengaruhi hubungan diplomatik, politik, dan sosial antar negara. *Sport diplomacy* bertujuan untuk mendorong saling pengertian antar negara, meningkatkan citra nasional, dan memfasilitasi penyelesaian konflik dan kerja sama (Jankovic, 2017). Sebagai bagian dari diplomasi publik, pada konsep ini aktor memanfaatkan kekuatan simbolik dan budaya olahraga untuk mencapai tujuan-tujuan politik luar negeri. Selaras dengan konsep *soft power* kemampuan negara untuk memengaruhi aktor lain bukan melalui paksaan atau ancaman, tetapi melalui daya tarik nilai, budaya, dan institusi (Nye, 2004). Oleh karena itu, Olahraga sebagai entitas budaya global yang bersifat universal berperan untuk menjembatani perbedaan politik, bahasa, dan ideologi.

Sport diplomacy mempunyai dua dimensi utama. Pertama, olahraga sebagai instrumen diplomasi, yaitu ketika pemerintah secara sadar memanfaatkan atlet, tim nasional, atau acara olahraga untuk menyampaikan pesan diplomatik, meredakan konflik, atau membuka jalur komunikasi baru. Contoh nyata dari pendekatan ini adalah fenomena *ping-pong diplomacy* antara Amerika Serikat dan Tiongkok pada tahun 1971 yang membuka jalan bagi normalisasi hubungan bilateral kedua negara. Kedua, olahraga sebagai diplomasi itu sendiri, yaitu bentuk interaksi diplomatik

yang muncul secara inheren dalam praktik olahraga internasional, baik melalui aktivitas negosiasi antar federasi olahraga, maupun representasi simbolik oleh atlet dan pelatih yang bertindak sebagai representatif bangsa mereka (Murray & Pigman, 2013).

Sport diplomacy seringkali memanfaatkan kompetisi internasional seperti Olimpiade, Piala Dunia, atau turnamen regional menjadi alat diplomatik tempat negara-negara memproyeksikan identitas, nilai, dan narasi nasional mereka kepada komunitas global.

Oleh karena itu, *sport diplomacy* juga erat kaitannya dengan *nation branding* sebagai strategi untuk membangun dan memperkuat citra positifnya di mata dunia. Melalui penyelenggaraan acara besar seperti Piala Dunia, negara berupaya meningkatkan citra global mereka dan mempromosikan identitas nasional. Misalnya, Qatar telah memanfaatkan acara seperti Piala Dunia FIFA untuk meningkatkan visibilitas internasionalnya dan menarik pariwisata dan investasi (El-Dabt et al., 2025). Namun, di sisi lain *sport diplomacy* sarat akan kepentingan politik atau manipulasi simbolik karena seringkali dapat dimanfaatkan untuk agenda-agenda politis yang tersembunyi, seperti meningkatkan legitimasi rezim otoriter, memperkuat nasionalisme sempit, atau menutupi pelanggaran HAM (Murray, 2012). Hal ini berkaitan dengan *sportwashing*, ketika acara olahraga atau klub digunakan sebagai upaya peningkatan citra suatu negara dan pengalihan atas pelanggaran yang dilakukan oleh suatu negara (Tempo, 2023).

1.6. Operasionalisasi Konsep

1.6.1. Definisi Konseptual

1.6.1.1. Identitas Nasional

Identitas nasional adalah hasil dari konstruksi budaya dan sosial dari sebuah negara. Konstruksi ini mencerminkan pemahaman negara terhadap dirinya sendiri yang terbentuk dari nilai, simbol, dan sejarah. Identitas ini juga bersifat dinamis dan bergantung pada dinamika yang ada (Parekh, 1995). Identitas nasional ini menjadi pembeda dalam relasi antarnegara dan diskursus politik (Rumelili, 2003). Identitas nasional perlu dibangun di atas dasar kesetiaan terhadap institusi politik dan nilai-nilai demokrasi yang inklusif karena identitas semacam ini mampu memperkuat kohesi sosial, solidaritas antar warga, dan stabilitas dalam masyarakat yang plural (Fukuyama, 2018). Di sisi lain, Pemimpin dan elit juga berperan penting dalam membentuk dan menyesuaikan identitas nasional sebagai alat legitimasi kebijakan yang berubah sesuai konteks dan tujuan (Kowert, 2015).

1.6.1.2. *Soft Power*

Konsep *soft power* digagas pertama kali oleh Joseph S. Nye, Jr. pada akhir 1990. Dalam karyanya, Nye memperkenalkan ide ini sebagai cara untuk memahami kekuatan sebuah negara di luar kapabilitas militer dan ekonomi semata. Secara formal, *soft power* merupakan kemampuan untuk memengaruhi aktor lain dan mendapatkan hasil yang diinginkan melalui daya tarik dan persuasi. *Soft power* bertolak belakang dengan *hard power* yang menggunakan paksaan (*coercion*) dari kekuatan militer atau bayaran (*payment*) dari kekuatan ekonomi (Nye, 1990). *Soft power* bekerja dengan membuat negara lain mengagumi nilai-nilai, meniru budaya,

dan mengikuti kebijakan suatu negara karena mereka melihatnya sebagai sesuatu yang sah dan menarik. Kekuatan ini bersumber dari kemampuan untuk membentuk preferensi orang lain, bukan memaksa mereka untuk mengubah perilaku.

Untuk dapat dioperasionalkan dalam sebuah analisis, Nye menguraikan bahwa *soft power* suatu negara bersumber dari tiga pilar utama. Pilar pertama adalah budaya, yang mencakup segala hal mulai dari seni dan sastra hingga budaya populer seperti film, musik, dan olahraga. Ketika budaya suatu negara dianggap menarik oleh negara lain, ia akan secara sukarela menghasilkan kekaguman dan pengaruh. Pilar kedua adalah nilai-nilai politik, di mana sebuah negara dapat memperoleh daya tarik jika nilai-nilai yang dianut dan dipraktikkan di dalam negeri maupun di panggung dunia. Contohnya seperti demokrasi, kebebasan, atau dalam konteks lain modernisasi dan toleransi. (Nye, 2004).

1.6.1.3. Nation Branding

Nation branding adalah strategi negara dalam mengelola dan memengaruhi citra internasional guna membangun reputasi nasional yang berdampak pada pariwisata, investasi, ekspor, diplomasi, hingga pengaruh budaya. Konsep ini menggunakan teknik branding manajemen identitas nasional secara menyeluruh dan berkelanjutan, mencakup kebijakan, budaya, sejarah, dan nilai masyarakat (Dinnie, 2022). *Nation branding* dapat juga diartikan sebagai identitas bangsa yang dikaji, diartikan, dan diinternalisasikan ke seluruh warga negara untuk meningkatkan citra dan daya saing negara di berbagai aspek, termasuk politik, ekonomi, dan budaya (Akotia et al. dalam Lestari & Aprilia, 2013). Peran *nation branding* dalam diplomasi publik adalah membentuk persepsi positif terhadap suatu

negara melalui pendekatan komunikasi strategis yang mencakup nilai budaya, kebijakan luar negeri, hingga identitas nasional (Varga, 2013).

1.6.2. Operasional Konsep

1.6.2.1. Identitas Nasional

Konsep identitas nasional dalam penelitian ini adalah identitas nasional Arab Saudi sebagai narasi dan citra kolektif yang dikonstruksi dan ditampilkan Arab Saudi saat menjadi tuan rumah ajang Formula 1 kepada publik internasional, yang mencerminkan perubahan sosial, nilai modern, keterbukaan, dan kemajuan. Identitas ini tidak hanya mencakup simbol atau budaya tradisional, tetapi juga pergeseran nilai yang ditandai dengan inklusivitas, kemajuan teknologi, serta modernisasi sosial dan ekonomi.

1.6.2.2. *Nation Branding*

Konsep *nation branding* dalam penelitian ini dilihat sebagai upaya strategis Arab Saudi dalam membentuk citra positif di mata internasional melalui penyelenggaraan ajang olahraga bergengsi yaitu khususnya Formula 1, untuk memperkuat daya tarik dan pengaruh negara secara global. Ini mencakup dimensi citra ekonomi, sosial, dan budaya negara.

1.7. Argumen Penelitian

Argumen penelitian ini adalah penyelenggaraan Formula 1 di Arab Saudi mampu memengaruhi upaya negara tersebut dalam mengurangi ketergantungan ekonomi pada sektor minyak bumi sekaligus berkontribusi pada strategi perubahan citra baru yang lebih luas dalam kerangka Saudi Vision 2030. Argumentasi ini didasarkan pada asumsi bahwa Formula 1 berfungsi sebagai

instrumen *sport diplomacy* dan *soft power* yang efektif. Melalui eksposur global dan daya tarik yang dimiliki, ajang ini sangat berpotensi menarik investasi asing langsung dan menstimulasi sektor pariwisata non-migas.

Commented [2]: Paragraf ini sudah diubah kedalam maksud yang lebih jelas, dengan menimbang case study dari negara yang telah melaksanakan ajang ini terlebih dahulu terutama di kawasan middle east.

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk melakukan analisis fenomena yang terjadi. Penelitian kualitatif sendiri menggunakan data dalam bentuk numerik, gambar, maupun teks dan diolah dalam bentuk kalimat penjelasan (Aspers & Corte, 2019). Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana peran Formula 1 dalam pembentukan citra negara Arab Saudi. Oleh karena itu, melalui pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang mendalam tentang proses, mekanisme, dan dampak dari kerja sama ini.

1.8.2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatif dimana menggambarkan suatu gejala, fenomena, dan peristiwa yang terjadi dalam proses pembentukan citra negara dan diversifikasi ekonomi negara Arab Saudi. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan tipe penelitian eksplanatif yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel penelitian (Cresswell, 2014). Adapun, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian secara kualitatif dengan memahami peranan Formula 1 dalam program Saudi Vision 2030 terhadap pembentukan citra Saudi Arabia. Selain itu, tipe eksplanatif digunakan untuk

memahami kaitan hubungan sosial khususnya perekonomian antar negara dalam menciptakan suatu hubungan internasional.

1.8.3. Situs Penelitian

Situs penelitian atau biasa disebut lokasi penelitian adalah letak dilakukannya penelitian yang melingkupi elemen, tempat, dan kegiatan yang dapat dicermati dan yang menggambarkan situasi sosial (Nasution, 2003). Situs penelitian tidak dapat dipahami sebagai tempat fisik, melainkan sebagai konteks sosial dan kelembagaan tempat transformasi berinteraksi dengan praktik regulasi pemerintahan (Neuman, 2014). Oleh karena itu, tidak ada lokasi geografis fisik yang menjadi tempat pengumpulan data secara langsung. Namun, situs penelitian ini mengacu pada konteks Saudi Vision 2030 dengan kerajaan Arab Saudi dan Formula 1 ingin mewujudkan perubahan nasionalnya. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi langsung dengan program Saudi Vision 2030 dan fokus penelitian pada dampak kerjasama terhadap pembentukan citra negara.

1.8.4. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian sering disebut sebagai informan (Sugiyono, 2015). Informan adalah pihak-pihak yang memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti untuk memahami fenomena yang diteliti (Moleong, 2015). Dalam konteks penelitian ini subjek penelitian adalah Formula 1, Saudi Vision 2030, dan konsep *national branding*.

1.8.5. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder. Data sekunder merupakan jenis data yang didapatkan secara tidak langsung, biasanya mengacu pada informasi

yang telah dikumpulkan, diproses, ataupun telah diterbitkan oleh orang lain (Hasan, 2024). Jenis data seperti ini memberikan kemudahan bagi para peneliti karena memberikan alternatif yang bisa memberikan penghematan biaya dan efisiensi untuk mengumpulkan data-data baru.

1.8.6. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, sumber data merujuk pada elemen yang menyediakan informasi yang dibutuhkan peneliti untuk memahami fenomena yang diteliti (Moleong, 2015). Penelitian ini akan mengambil data dari sumber-sumber yang dikumpulkan secara tidak langsung. Sumber-sumber ini, seperti publikasi pemerintah, jurnal akademik, buku, artikel, media massa, serta studi pustaka.

1.8.7. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini kan menggunakan teknik reduksi data. Reduksi data dalam penelitian kualitatif merupakan proses menyederhanakan, memfokuskan, dan memurnikan data yang dikumpulkan untuk menghasilkan data yang lebih mudah dipahami dan dianalisis (Miles & Huberman, 1994). Proses ini sangat penting dalam penelitian kualitatif karena data yang dikumpulkan biasanya berlimpah dan kompleks. Reduksi data merupakan suatu proses yang penting dalam melakukan analisis data, khususnya ketika penelitian yang menggunakan metode kualitatif. Teknik ini biasanya melibatkan beberapa teknik untuk menyederhanakan atau meringkas data sehingga nantinya lebih mudah untuk dilakukan analisis dan menarik kesimpulan. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memadatkan dan mengatur data dari jumlah yang besar ke dalam bentuk yang dapat dikelola serta diinterpretasikan (Bhandari, 2020).

1.8.8. Analisis dan Interpretasi data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul. Proses ini dilakukan melalui reduksi data, yaitu proses data disortir, dikategorikan, dan dirangkum. Kemudian, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk tabel, grafik, atau narasi. Lalu, akan ditarik kesimpulan mengenai pengaruh peran Formula 1 dalam mensukseskan program Saudi Vision terhadap pembentukan citra Saudi Arabia yang inklusif.

1.8.9. Kualitas Data

Penggunaan data sekunder dalam penelitian harus selalu memastikan kualitas, validitas, dan reliabilitas temuan penelitian. Cara untuk memastikan bahwa data yang didapat berkualitas dapat dilakukan dengan berbagai cara. Kualitas data diukur dengan beberapa kriteria. Pertama *credibility*, data yang kredibel adalah data yang dapat dipercaya dan meyakinkan. Kredibilitas data dapat dicapai melalui beberapa cara, seperti triangulasi data, member checking, dan auditabilitas (Guba & Lincoln, 1989). Kedua *transferability*, data yang transferable adalah data yang dapat diterapkan pada konteks lain. Transferabilitas data dapat dicapai dengan memberikan deskripsi yang kaya dan mendalam tentang penelitian dan konteksnya (Merriam, 1988). Ketiga, *dependability*, data yang andal adalah data yang dapat diulang dan menghasilkan temuan yang sama jika penelitian dilakukan lagi dengan cara yang sama. Keandalan data dapat dicapai dengan mendokumentasikan proses penelitian secara detail dan sistematis (Creswell & Creswell, 2018).

1.9 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini akan terbagi dalam empat bab yang meliputi:

BAB I: Bab ini akan membahas mengenai latar belakang permasalahan yang akan diteliti kemudian rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, konsep yang digunakan, dan argumen penelitian.

BAB II: Bab ini akan menjelaskan dan menganalisis tentang keterlibatan Formula 1 dalam rencana program Saudi Vision 2030. Bab ini juga memuat penjelasan tentang program Formula 1 dan dinamika selama keberjalanan program.

BAB III: Bab ini akan menjelaskan mengenai peran Formula 1 dalam program Saudi Vision terhadap pembentukan citra negara yang modern, dengan membahas mengenai strategi dan pendekatan yang digunakan berikut dampaknya terhadap persepsi global.

BAB IV: Bab ini akan menyimpulkan hasil penelitian, serta memberikan rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan efektivitas program Saudi Vision 2030 yang dilakukan oleh Arab Saudi.