

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Peran Politik Muhammad Bin Salman dalam Modernisasi Menuju Visi 2030 Arab Saudi karya Andi Adriansyah (2021)

Penelitian "Peran Politik Muhammad Bin Salman dalam Modernisasi Menuju Visi 2030 Arab Saudi" yang dilakukan oleh Andi Adriansyah pada tahun 2021 membahas peran penting Pangeran Mahkota Muhammad Bin Salman (MBS) dalam menginisiasi dan memimpin upaya modernisasi di Arab Saudi menuju pencapaian Visi 2030. Visi Arab Saudi 2030 terdiri dari tiga pilar penting yang mencerminkan tujuan utama dari upaya transformasi negara tersebut. A Vibrant Society (Masyarakat yang Dinamis), bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang lebih dinamis dan berkembang. A Thriving Economy (Pengembangan Ekonomi), menekankan pada upaya untuk mengembangkan ekonomi negara dengan cara yang berkelanjutan dan inklusif. An Ambition Nation (Ambisi Nasional Negara), menekankan pada pembangunan kepemimpinan dan inovasi di Arab Saudi, serta menginspirasi masyarakat untuk memiliki ambisi dan semangat untuk mencapai tujuan-tujuan yang tinggi.

Upaya Nation Branding Qatar melalui Event FIFA World Cup 2022 karya Reza Ramadhani Iswanto dan Ario Bimo Utomo (2022)

Penelitian ini membahas negara Qatar memenangkan tawaran untuk menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2022, yang bertujuan untuk meningkatkan citra internasionalnya dan mencapai Visi Nasional Qatar. Qatar memanfaatkan soft power melalui acara olahraga seperti Piala Dunia FIFA untuk meningkatkan merek dan citra nasionalnya secara global. Qatar berinvestasi besar-besaran dalam infrastruktur, menghabiskan \$200 miliar untuk proyek-proyek seperti stadion, jalan, dan transportasi umum untuk Piala Dunia FIFA 2022. Elemen budaya diintegrasikan ke dalam strategi branding, seperti maskot Piala Dunia FIFA 2022 'La'eeb, 'mewakili pemain terampil dan mencerminkan budaya Qatar.

Arab Saudi dan Krisis Harga Minyak Tahun 2014-2016 karya Faisol Wildan (2018)

Jurnal "Arab Saudi dan Krisis Harga Minyak Tahun 2014-2016" karya Wildan Faisol (2018) membahas dampak krisis harga minyak yang terjadi pada periode tersebut terhadap

ekonomi dan kebijakan Arab Saudi. Krisis harga minyak yang dimulai pada pertengahan 2014, ketika harga minyak global turun tajam dari sekitar \$100 per barel menjadi di bawah \$50 per barel dalam waktu singkat, memiliki dampak yang signifikan bagi negara-negara produsen minyak, termasuk Arab Saudi. Pada periode 2014-2016, harga minyak dunia mengalami penurunan drastis yang disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya keputusan OPEC untuk tidak memangkas produksi guna menjaga pangsa pasarnya. Dampaknya sangat dirasakan oleh negara-negara produsen minyak, terutama Arab Saudi, yang sangat bergantung pada pendapatan dari ekspor minyak.

More than a Game: Football and Soft Power in the Gulf karya Cinzia Bianco dan Sebastian Sons (2023)

Penelitian “More than a Game: Football and Soft Power in the Gulf” oleh Cinzia Bianco dan Sebastian Sons membahas konsep 'diplomasi sepakbola' yang digunakan oleh negara teluk seperti Qatar, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab (UEA) untuk meningkatkan soft power dan pengaruh geopolitik mereka. Jurnal ini menyoroti bagaimana negara-negara GCC ini memanfaatkan sepak bola, melalui menyelenggarakan acara internasional seperti Piala Dunia dan berinvestasi di klub sepak bola global, untuk meningkatkan reputasi global mereka, mengkonsolidasikan kekuatan secara internal dan eksternal, dan mempromosikan diversifikasi ekonomi. Dalam hal Arab Saudi, Visi Saudi 2030 bertujuan untuk mendiversifikasi ekonomi Saudi dan mengurangi ketergantungannya pada minyak dengan berinvestasi di berbagai sektor, termasuk olahraga, untuk mempromosikan pembangunan sosial dan kesejahteraan. Tulisan ini membahas bagaimana Arab Saudi, sebagai bagian dari Visi 2030, memanfaatkan olahraga, khususnya sepak bola, untuk meningkatkan kekuatan lunak dan pengaruh globalnya, selaras dengan tren yang lebih luas dari negara-negara Teluk menggunakan olahraga untuk tujuan diplomatik.

Investment in The Sports Industry In Saudi Arabia and Its Impact on the Quality of Life of Football Fans karya Ibrahim A. Elshaer (2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Elshaer menginvestigasi investasi dalam industri olahraga di Arab Saudi dan dampaknya terhadap kualitas hidup para penggemar sepak bola, sebagai bagian dari upaya mencapai visi 2030 Arab Saudi. Investasi yang dilakukan oleh pemerintah Arab Saudi dan sektor swasta dalam pembangunan infrastruktur olahraga, pengembangan liga sepak bola di

Arab Saudi, termasuk pembelian pemain, kontrak sponsor, promosi acara, dan pengelolaan klub. Selain itu, investasi juga banyak dilakukan untuk menggelar ajang olahraga kelas dunia. Temuan dari penelitian ini adalah bahwa para penggemar sepak bola di Arab Saudi secara positif mempengaruhi kepuasan penggemar. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya investasi strategis dalam industri olahraga, karena tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi tetapi juga secara signifikan memengaruhi kualitas hidup para penggemar sepak bola di Arab Saudi. Temuan penelitian menyoroti dampak signifikan investasi di berbagai aspek industri sepak bola terhadap kualitas hidup (QOL) penggemar sepak bola di Arab Saudi. Secara khusus, investasi pada pemain dan pelatih diidentifikasi memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan penggemar, melampaui harapan, dan menyelaraskan dengan investasi ideal, sehingga secara positif mempengaruhi kualitas hidup penggemar sepak bola di negara ini.

Football and Nation Branding: Exploring Saudi Arabia's Digital Strategy for its Global Country's Recognition karya Krishna Satish, Xavier Ginesta Portet, dan Jordi se San Eugenio Vela (2024)

Tulisan "Football and Nation Branding: Exploring Saudi Arabia's Digital Strategy for its Global Country's Recognition" oleh Krishna Satish, Xavier Ginesta Portet, dan Jordi se San Eugenio Vela (2024) membahas bagaimana Arab Saudi menggunakan strategi digital dalam olahraga sepak bola untuk memperkuat citra negaranya di tingkat global. Penelitian ini mungkin mengeksplorasi bagaimana olahraga sepak bola, sebagai fenomena global yang sangat populer, dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan citra dan reputasi suatu negara di tingkat internasional. Negara ini menekankan prinsip-prinsip yang diuraikan dalam pesan Visi 2030 untuk menyampaikan branding nasionalnya secara efektif, yang bertujuan untuk mengubah persepsi global tentang kerajaan dan mereknya melalui saluran digital. Penelitian ini mengkaji perbincangan di media sosial X (Twitter) terhadap persepsi masyarakat internasional kepada dunia olahraga di Arab Saudi. Penelitian ini bertujuan berfokus pada pendekatan pemerintah Arab Saudi yang berpusat pada nation branding melalui sepak bola dan berfokus untuk mengetahui sifat kompleks dari pemanfaatan sepak bola untuk mempromosikan upaya negara tersebut dalam mengejar pengakuan global dan peningkatan reputasi.

The Development Dynamics of Football And Its Influence on Conservatism Culture in Saudi Arabia karya Ardia Yunda Fauzul dan Basuni Imamuddin (2023)

Penelitian "The Development Dynamics of Football And Its Influence on Conservatism Culture in Saudi Arabia" oleh Ardia Yunda Fauzul dan Basuni Imamuddin (2023) merupakan sebuah studi yang mengkaji bagaimana perkembangan sepak bola mempengaruhi budaya konservatif di Arab Saudi. membahas sejarah dan dinamika perkembangan sepak bola di Arab Saudi, termasuk bagaimana olahraga ini menjadi semakin populer di antara masyarakat Saudi. Arab Saudi dikenal sebagai negara yang konservatif dan cenderung tidak inklusif terhadap budaya luar. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Arab Saudi mulai membuka diri dan bersikap moderat, termasuk dalam termasuk dalam bidang olahraga. Ini mencakup analisis terhadap pembangunan infrastruktur sepak bola, pendukung klub, dan peran pemerintah dalam mempromosikan olahraga ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sepak bola merupakan saluran yang mampu mengubah konservatisme budaya Arab Saudi menjadi budaya yang moderat melalui pelonggaran norma-norma yang berlaku seperti mengizinkan perempuan menonton pertandingan sepak bola di stadion, membentuk kompetisi dan tim nasional wanita, dan mengizinkan kohabitasi untuk pemain sepak bola asing.

Mapping The Relationship Between International Sports and Diplomacy karya Stuart Murray (2013)

Penelitian ini mengusulkan taksonomi analitis yang membedakan antara dua aspek utama hubungan antara olahraga internasional dan diplomasi: (1) penggunaan olahraga internasional yang disengaja oleh pemerintah sebagai alat diplomatik dan (2) interaksi diplomatik yang terjadi antara aktor non-negara sebagai hasil dari kompetisi olahraga internasional yang sedang berlangsung. Ini menyoroti potensi diplomasi olahraga di abad ke-21, menekankan pentingnya memahami anomali teoritis dan praktis yang dapat muncul ketika menggabungkan olahraga dengan diplomasi. Studi ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan dalam beasiswa mengenai sarana dan instrumen untuk memberlakukan hubungan antara olahraga dan diplomasi. Penelitian ini menggarisbawahi kekuatan olahraga sebagai media untuk menumbuhkan hubungan lintas perbedaan budaya dan etnis, mempromosikan nilai-nilai bersama seperti saling menghormati, toleransi, kasih sayang, dan kesetaraan kesempatan. Ini menunjukkan bahwa olahraga dapat

menjadi sumber kebijakan luar negeri yang lebih efektif daripada pendekatan diplomatik tradisional.

Modernisasi Arab Saudi Era Muhammad Bin Salman karya Siti Sarah, Nana Fitriana Arifin, Elza Ramona, dan Yusril Fahmi Adam (2023)

Penelitian ini menyoroti bahwa upaya modernisasi di bawah kepemimpinan Muhammad bin Salman menandai pergeseran menuju keterbukaan terhadap budaya asing dan penyimpangan dari nilai-nilai Wahhabisme tradisional yang tertanam dalam masyarakat Arab Saudi. Inisiatif modernisasi Muhammad bin Salman, sebagai bagian dari Visi Arab 2030, menyebabkan perubahan sosial seperti peningkatan hak-hak perempuan, aksesibilitas ke tempat hiburan, dan lingkungan sosial dan politik yang lebih terbuka, menantang norma-norma Wahhabi konservatif. Fokus ekonomi dari Visi Saudi 2030 adalah pusat, tetapi upaya modernisasi juga berdampak pada bidang sosial, agama, dan politik, mencerminkan transformasi yang lebih luas di negara di bawah pemerintahan Muhammad bin Salman.

Pengaruh Akuisisi Newcastle United Oleh Public Investment Fund (PIF) Terhadap Saudi Vision 2030 karya Dwi Maden Obet (2022)

Penelitian kualitatif Dwi Maden Obet (2022) meneliti akuisisi Newcastle United oleh Public Investment Fund (PIF) dan pengaruhnya terhadap pencapaian Saudi Vision 2030. Penelitian ini menemukan bahwa akuisisi ini memiliki beberapa dampak positif, seperti: Meningkatkan citra global Arab Saudi: Akuisisi ini meningkatkan profil Arab Saudi di dunia dan membantu menepis citra negatif negara tersebut terkait pelanggaran hak asasi manusia. Mempromosikan investasi di Arab Saudi: Akuisisi ini menunjukkan komitmen Arab Saudi untuk mengembangkan sektor olahraga dan hiburan, yang dapat menarik investor asing ke negara tersebut.

| No | Judul Literatur | Penulis, Tahun | Hasil | Perbandingan dengan Penelitian |
|----|--|-----------------------|--|--|
| 1. | Peran Politik Muhammad Bin Salman dalam | Andi Adriansyah, 2021 | Penelitian kualitatif yang membahas peran penting Pangeran Mahkota Muhammad Bin Salman | Memiliki keterkaitan yang signifikan, terutama dalam konteks pengaruh kepemimpinan dan |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| | Modernisasi Menuju Visi 2030 Arab Saudi | | (MBS) dalam menginisiasi dan memimpin upaya modernisasi di Arab Saudi menuju pencapaian Visi 2030. Terdiri dari 3 pilar penting, yaitu a vibrant society, a thriving economy, dan an ambition nation. | kebijakan dalam mencapai modernisasi dan perubahan citra negara. Diplomasi olahraga, yang merupakan salah satu elemen dalam bisa juga dilihat sebagai perluasan dari reformasi ini karena berupaya menunjukkan kepada dunia bahwa Arab Saudi adalah negara yang dinamis dan modern. Upaya-upaya ini sangat dipengaruhi oleh kebijakan dan arahan yang diberikan oleh Muhammad Bin Salman. |
| 2. | Upaya Nation Branding Qatar melalui Event FIFA World Cup 2022 | Reza Ramadhani Iswanto dan Ario Bimo Utomo (2023) | Penelitian ini membahas negara Qatar memenangkan tawaran untuk menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2022, yang bertujuan untuk meningkatkan citra internasionalnya dan mencapai Visi Nasional Qatar. Qatar memanfaatkan soft power | Penelitian ini menggunakan konsep yang sama, yaitu nation branding. Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis adalah objeknya. Jika pada penelitian sebelumnya membahas mengenai Qatar, dalam penelitian ini penulis |

| | | | | |
|----|---|---------------------|---|---|
| | | | <p>melalui acara olahraga seperti Piala Dunia FIFA untuk meningkatkan merek dan citra nasionalnya secara global. Qatar berinvestasi besar-besaran dalam infrastruktur, menghabiskan \$200 miliar untuk proyek-proyek seperti stadion, jalan, dan transportasi umum untuk Piala Dunia FIFA 2022. Elemen budaya diintegrasikan ke dalam strategi branding, seperti maskot Piala Dunia FIFA 2022 'La'eeb, 'mewakili pemain terampil dan mencerminkan budaya Qatar.</p> | <p>akan meneliti negara Arab Saudi dalam menggunakan strategi nation branding.</p> |
| 3. | Arab Saudi dan Krisis Harga Minyak Tahun 2014-2016 | Faisol Wildan, 2018 | <p>Krisis harga minyak yang dimulai pada pertengahan 2014, ketika harga minyak global turun tajam dari sekitar \$100 per barel menjadi di bawah \$50 per barel dalam waktu singkat, memiliki dampak yang signifikan bagi negara-</p> | <p>Penelitian Wildan Faisol menggambarkan bagaimana Arab Saudi merespons krisis harga minyak, yang mengancam stabilitas ekonomi negara tersebut. Krisis ini menjadi katalis penting untuk Visi 2030, yang bertujuan untuk</p> |

| | | | | |
|----|--|--------------------------------------|--|--|
| | | | negara produsen minyak, termasuk Arab Saudi. | mengurangi ketergantungan Arab Saudi pada pendapatan minyak dengan diversifikasi ekonomi. Tulisan ini memberikan landasan mengenai latar belakang Arab Saudi meluncurkan visi 2030 yang salah satunya memanfaatkan sektor olahraga. |
| 4. | More than a Game: Football and Soft Power in the Gulf | Cinzia Bianco & Sebastian Sons, 2023 | Membahas konsep 'diplomasi sepakbola' yang digunakan oleh negara teluk seperti Qatar, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab (UEA) untuk meningkatkan soft power dan pengaruh geopolitik mereka. Dalam hal Arab Saudi, Visi Saudi 2030 bertujuan untuk mendiversifikasi ekonomi Saudi dan mengurangi ketergantungannya pada minyak dengan berinvestasi di berbagai sektor, termasuk olahraga, untuk mempromosikan | Studi ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana sepak bola digunakan oleh negara-negara Teluk, termasuk Arab Saudi, sebagai sarana untuk memperkuat kebijakan luar negeri dan mencapai tujuan strategis melalui soft power. Hal ini berhubungan dengan upaya diplomasi olahraga Arab Saudi untuk kepentingan <i>branding</i> negara. |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| | | | pembangunan sosial dan kesejahteraan. | |
| 5. | Investment in The Sports Industry In Saudi Arabia and Its Impact on the Quality of Life of Football Fans Ibrahim A. Elshaer (2023) | Ibrahim A. Elshaer, 2023 | Tulisan Elshaer menginvestigasi investasi dalam industri olahraga di Arab Saudi dan dampaknya terhadap kualitas hidup para penggemar sepak bola, sebagai bagian dari upaya mencapai visi 2030 Arab Saudi. investasi pada pemain dan pelatih diidentifikasi memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan penggemar, melampaui harapan, dan menyelaraskan dengan investasi ideal, sehingga secara positif mempengaruhi kualitas hidup penggemar sepak bola di negara ini | Investasi tersebut merupakan bagian dari strategi yang lebih luas yang menggunakan olahraga untuk mencapai tujuan-tujuan diplomatis dan sosial, termasuk peningkatan citra negara. Investasi ini menciptakan infrastruktur dan event olahraga yang mendukung upaya diplomasi olahraga. Ini juga berhubungan dengan pilar visi 2030, a vibrant society, yang ingin menciptakan masyarakat yang dinamis, termasuk di bidang olahraga. |
| 6. | Football and Nation Branding: Exploring Saudi Arabia's Digital Strategy for its Global | Krishna Satish, Xavier Ginesta Portet, dan Jordi se San | Arab secara strategis berinvestasi dalam sepak bola untuk mempromosikan pengejaran pengakuan global dengan berfokus pada investasi bakat, | Aspek penting dari penelitian ini adalah eksplorasi strategi digital Arab Saudi dalam mempromosikan citra negaranya melalui sepak bola. Ini membantu |

| | | | | |
|----|---|---|--|--|
| | Country's Recognition | Eugenio Vela, 2024 | kesepakatan komersial asing, dan menyelenggarakan acara olahraga besar. Strategi digital Arab Saudi berfokus pada pemanfaatan platform media sosial, khususnya Twitter, sebagai alat untuk branding negara dan mempromosikan kemajuan negara di bidang sosial, politik, dan ekonomi | memperdalam pemahaman tentang bagaimana komponen spesifik dari diplomasi olahraga dapat diintegrasikan dalam strategi <i>soft power</i> yang lebih luas untuk meningkatkan pengakuan global Arab Saudi. |
| 7. | The Development Dynamics of Football And Its Influence on Conservatism Culture in Saudi Arabia karya Ardia Yunda Fauzul dan Basuni Imamuddin (2023) | Ardia Yunda Fauzul dan Basuni Imamuddin, 2023 | Arab Saudi dikenal sebagai negara yang konservatif dan cenderung tidak inklusif terhadap budaya luar. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, Arab Saudi mulai membuka diri dan bersikap moderat, termasuk dalam termasuk dalam bidang olahraga yang ternyata mempengaruhi kebudayaan di negara ini. | Studi Fauzul dan Imamuddin fokus pada bagaimana sepak bola berdampak pada budaya konservatif di Arab Saudi. Ini relevan dengan penelitian karena menyoroti bagaimana olahraga, khususnya sepak bola, bisa digunakan tidak hanya sebagai alat diplomasi internasional tetapi juga sebagai alat transformasi sosial domestik. Hal ini juga berhubungan dengan salah satu pilar visi 2030, yaitu <i>a vibrant society</i> . |

| | | | | |
|----|--|--|--|--|
| 8. | Mapping The Relationship Between International Sports and Diplomacy | Stuart Murray, 2013 | Hasil studi membedakan antara dua aspek utama hubungan antara olahraga internasional dan diplomasi: (1) penggunaan olahraga internasional yang disengaja oleh pemerintah sebagai alat diplomatik dan (2) interaksi diplomatik yang terjadi antara aktor non-negara sebagai hasil dari kompetisi olahraga internasional yang sedang berlangsung. Menekankan pentingnya memahami anomali teoritis dan praktis yang dapat muncul ketika menggabungkan olahraga dengan diplomasi | Penelitian Murray memberikan kerangka teoretis dan analitis untuk memahami hubungan antara olahraga dan diplomasi pada level internasional. Penulis dapat memanfaatkan kerangka ini untuk menjelaskan dan mendukung argumen tentang bagaimana Arab Saudi menggunakan olahraga sebagai alat diplomasi dalam mencapai tujuan Visi 2030. Ini termasuk bagaimana olahraga memfasilitasi komunikasi dan hubungan internasional. |
| 9. | Modernisasi Arab Saudi Era Muhammad Bin Salman | Siti Sarah, Nana Fitriana Arifin, Elza Ramona, dan Yusril Fahmi Adam, 2023 | Upaya modernisasi yang dipelopori oleh Muhammad bin Salman telah berperan penting dalam mendorong perubahan sosial di Arab Saudi, yang bertujuan untuk mengubah negara | Modernisasi yang dipelopori oleh Muhammad bin Salman berhubungan secara langsung dengan visi 2030. Ini berhubungan dengan penelitian untuk menggambarkan |

| | | | | |
|-----|--|-----------------------|--|---|
| | | | menjadi masyarakat yang lebih terbuka dan progresif. Visi Saudi 2030, rencana komprehensif yang diperkenalkan oleh MBS, berfungsi sebagai peta jalan untuk transformasi ekonomi dan sosial negara, dengan fokus pada diversifikasi ekonomi dan mempromosikan pembangunan sosial | bagaimana perubahan sosial-ekonomi yang terjadi setelah program visi 2030. |
| 10. | Pengaruh Akuisisi Newcastle United Oleh Public Investment Fund (PIF) Terhadap Saudi Vision 2030 | Dwi Maden Obet (2022) | Penelitian kualitatif Dwi Maden Obet (2022) meneliti akuisisi Newcastle United oleh Public Investment Fund (PIF) dan pengaruhnya terhadap pencapaian Saudi Vision 2030. Penelitian ini menemukan bahwa akuisisi ini memiliki beberapa dampak positif, seperti: Meningkatkan citra global Arab Saudi: Akuisisi ini meningkatkan profil Arab Saudi di dunia dan membantu menepis citra negatif negara tersebut terkait pelanggaran hak asasi | Penelitian ini membahas akuisisi Newcastle United sebagai salah satu cara nation branding. Dalam hal ini, penulis berusaha untuk memadukan penelitian ini dengan penelitian yang akan datang yang akan membahas olahraga di Arab Saudi secara lebih luas. |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | <p>manusia. Mempromosikan investasi di Arab Saudi: Akuisisi ini menunjukkan komitmen Arab Saudi untuk mengembangkan sektor olahraga dan hiburan, yang dapat menarik investor asing ke negara tersebut.</p> | |
|--|--|--|--|--|

2.2 Kerangka Teoritis

Dalam melakukan penelitian ini, diperlukan suatu teori atau kerangka konseptual sebagai pedoman untuk memastikan bahwa penelitian tersebut memenuhi tuntunan sekaligus menjadi alat untuk membantu peneliti dalam menjelaskan dan menyajikan berbagai tantangan dan temuan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori nation branding untuk menganalisis upaya Arab Saudi dalam melakukan investasi yang besar di bidang olahraga. Selanjutnya, peneliti menggunakan konsep soft power sebagai upaya Arab Saudi untuk menarik perhatian dari dunia internasional.

2.2.1 Nation Branding

Simon Anholt mendefinisikan konsep *nation branding* sebagai sebuah proses mendesain, merencanakan, dan mengomunikasikan nama beserta identitas dari sebuah negara melalui upaya diplomasi publik, pariwisata, perdagangan, serta ekspor yang bertujuan untuk memperbaiki reputasi dari negara tersebut. Nation branding dapat didefinisikan sebagai proses sistematis dan terstruktur untuk mengelola citra dan identitas nasional suatu negara dengan tujuan untuk menciptakan, mempertahankan, atau meningkatkan persepsi positif di antara komunitas internasional. Proses ini melibatkan koordinasi dan integrasi berbagai elemen kebijakan domestik dan internasional yang mencerminkan nilai-nilai, atribut, dan kompetensi yang diinginkan dari negara tersebut. Dengan pendekatan ilmiah, *nation branding* tidak hanya dipandang sebagai alat promosi, tetapi sebagai bagian integral dari strategi pembangunan nasional yang berfokus pada penciptaan nilai jangka panjang melalui peningkatan reputasi dan citra negara. (Anholt, 2006).

Anholt juga menjelaskan bahwa untuk memperoleh reputasi yang ingin dicapai perlu mengimplementasikan *competitive identity*. *Competitive identity* merupakan representasi strategis dari sebuah negara untuk meningkatkan dan mempertahankan daya saingnya demi menarik minat dari berbagai pihak di ranah global (Anholt, 2006).

Simon Anholt mengidentifikasi beberapa elemen kunci dalam konsep *nation branding* yang dia kembangkan. Enam elemen utama ini sering disebut sebagai "Anholt's Nation Brand Hexagon" atau Heksagon Merek Negara Anholt. Elemen-elemen tersebut sebagai berikut (Anholt, 2006).

1. Ekspor

Bagaimana produk dan jasa dari suatu negara dipersepsikan di pasar internasional. Ini termasuk kualitas, keunikan, dan kepercayaan terhadap produk-produk yang berasal dari negara tersebut.

2. Kepemimpinan

Persepsi internasional terhadap kepemimpinan dan kebijakan pemerintah dalam berbagai isu global. Ini juga meliputi kebijakan luar negeri dan sejauh mana pemerintah dianggap efektif, stabil, dan dapat dipercaya.

3. Budaya & Warisan

Citra global dari budaya, sejarah, dan warisan sebuah negara. Ini melibatkan semua aspek budaya mulai dari seni, literatur, musik, hingga warisan budaya yang kaya dan tradisi yang dihormati.

4. Pariwisata

Daya tarik negara sebagai destinasi wisata. Ini tidak hanya tentang keindahan alam atau iklim, tetapi juga tentang infrastruktur, penerimaan penduduk lokal, dan pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan.

5. Investasi & Imigrasi

Kemampuan sebuah negara untuk menarik investasi asing dan pendatang baru. Ini mencakup persepsi tentang iklim investasi, peluang ekonomi, dan kualitas hidup.

6. Rakyat

Persepsi tentang orang-orang negara itu, termasuk karakteristik seperti keramahan, kompetensi, dan kredibilitas pada skala internasional. Ini juga bisa mencerminkan persepsi terhadap talenta dan inovasi dari penduduk negara tersebut.

Teori nation branding yang dikembangkan oleh Simon Anholt melalui "*Anholt's Nation Brand Hexagon*" sangat relevan untuk menganalisis strategi Arab Saudi dalam mencapai Visi 2030 melalui diplomasi olahraga. Anholt membagi konsep *nation branding* menjadi enam elemen utama yang meliputi ekspor, pemerintahan, pariwisata, investasi dan imigrasi, budaya dan warisan, serta masyarakat. Setiap elemen ini saling berinteraksi untuk membentuk identitas kompetitif sebuah negara di panggung internasional. Strategi ini mencerminkan penggunaan olahraga sebagai sarana untuk mengkomunikasikan nilai-nilai baru dan citra progresif Saudi kepada dunia, sejalan dengan tujuan transformasi sosial-ekonomi mereka. Dengan demikian, diplomasi olahraga menjadi komponen penting dalam usaha branding nasional Arab Saudi.

2.2.2 Soft Power

Joseph Nye mencetuskan sebuah konsep yang disebut dengan soft power. Menurutnya, *soft power* adalah sebuah kemampuan untuk membuat pihak lain melakukan sesuatu yang diinginkan oleh seorang pihak tanpa melibatkan kekerasan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan (Nye, 2004). Nye menyatakan bahwa konsep soft power ini sama-sama penting seperti konsep *hard power*. Bahkan, di dalam beberapa hal, seperti politik internasional, konsep *soft power* ini begitu penting untuk diterapkan untuk mendapatkan apa yang suatu negara inginkan dengan cara yang damai.

Soft power digambarkan sebagai sesuatu yang “bebas” dalam artian tidak membutuhkan sumber daya yang besar dan juga terbatasnya konsekuensi yang dihadapi jika adanya kegagalan yang terjadi. Nye juga mengungkapkan bahwa *soft power* merupakan masalah rayuan, perilaku arogansi mungkin akan terasa kontra produktif dan memerlukan penolakan daripada ketertarikan. Nye mencontohkan perilaku propaganda sebagai salah satu cara *soft power* untuk meyakinkan pihak lain melakukan sesuatu yang diinginkan. *Soft power* adalah kemampuan yang berhubungan dengan sesuatu yang abstrak, seperti kepribadian, budaya, nilai, institusi politik, dan kebijakan yang dianggap sah (Nye, 2004). Dalam menentang konsep *hard power*, *soft power* tidak menekankan kemungkinan perang, tetapi kemungkinan kerjasama. Bukan kekuatan militer, tetapi lebih kepada kekuatan ide atau gagasan yang dibawa.

Menurut Joseph Nye, terdapat 3 sumber utama *soft power*. Ada pun 3 sumber utama *soft power* sebagai berikut. (Nye, 2004)

1. Budaya yang dimiliki oleh sebuah negara dapat diterima di negara lain apabila negara tersebut bisa menggunakan budayanya sebagai soft power dengan baik maka ke depannya

komunikasi dengan negara tersebut juga akan baik karena budaya tersebut telah digemari oleh masyarakat di negara tersebut. Dalam hal ini, budaya bisa dibagi ke dalam banyak hal, seperti karya sastra, budaya pop, teknologi, kuliner, pendidikan, gaya hidup, dan lain sebagainya.

2. Nilai politik juga merupakan sumber dari pengaruh *soft power*. Jika nilainya konsisten dengan tindakan yang dianjurkan diakui oleh negara lain maka legitimasi kebijakan akan meningkat. Hal ini akan membantu menentukan tujuan kebijakan luar negeri. Namun, nilai-nilai yang sempit dan budaya yang sempit, kecil kemungkinan untuk *soft power* tersebut bekerja.
3. Kebijakan luar negeri juga merupakan salah satu dari sumber utama *soft power*. Nye percaya bahwa kebijakan luar negeri yang dianggap sah adalah sumber dari *soft power* maka kebijakan dalam dan luar negeri yang arogan dan juga tidak berdasar akan merusak *soft power*. Tindakan sebuah pemerintahan suatu negara akan memengaruhi kebijakan luar negerinya.

Teori *soft power* yang dikembangkan oleh Joseph Nye sangat relevan ketika menganalisis strategi Arab Saudi dalam mencapai Visi 2030 melalui diplomasi olahraga. *Soft power*, yang merupakan kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi negara lain melalui daya tarik dan persuasi, menjadi alat yang penting bagi Arab Saudi. Penerapan teori *soft power* Nye dalam konteks diplomasi olahraga Arab Saudi menunjukkan bagaimana negara tersebut memanfaatkan olahraga sebagai sarana untuk memperbaiki citra global, mempromosikan nilai-nilai sosial yang positif, dan memperkuat hubungan internasional. Dalam mencapai Visi 2030, Arab Saudi secara efektif menggunakan *soft power* untuk mencapai tujuan politik, sosial, dan ekonomi tanpa konflik atau persaingan yang berarti, yang merupakan inti dari konsep yang dijelaskan oleh Nye. Ini menunjukkan evolusi strategis dalam penggunaan *soft power* di panggung internasional oleh Arab Saudi.

2.2.3 Diplomasi Olahraga

Stuart Murray menguraikan konsep diplomasi olahraga sebagai suatu fenomena yang berkembang dalam praktik diplomasi internasional. Murray menawarkan definisi diplomasi olahraga sebagai strategi dimana olahraga digunakan oleh negara, organisasi internasional, atau aktor non-negara untuk memajukan tujuan politik, sosial, dan ekonomi lintas batas. Konsep ini berfokus pada bagaimana olahraga bisa menjadi sarana efektif untuk membangun jembatan antar

masyarakat, mencairkan ketegangan politik, dan membina kerjasama internasional dalam situasi yang mungkin sulit dijangkau melalui saluran diplomasi tradisional (Murray, 2018).

Salah satu ilustrasi penting yang dijelaskan oleh Murray adalah peristiwa "Diplomasi Ping Pong" antara Amerika Serikat dan Tiongkok, yang tidak hanya mencairkan hubungan dingin tetapi juga membuka pintu untuk dialog politik yang lebih luas antara dua kekuatan dunia ini. Kejadian ini menunjukkan bagaimana olahraga dapat melampaui batasan politik dan ideologis yang ketat, memberikan platform yang lebih santai dan manusiawi untuk pertukaran dan interaksi.

Lebih lanjut, Murray menekankan peran besar event olahraga internasional seperti Olimpiade dan Piala Dunia dalam memperkuat diplomasi olahraga. Event-event ini tidak hanya menarik perhatian global tetapi juga menyediakan kesempatan bagi negara-negara untuk mempromosikan diri sendiri, menampilkan kebudayaan mereka, dan memperkuat hubungan bilateral serta multilateral dengan negara lain melalui pertukaran budaya dan sosial yang terjadi di sela-sela event tersebut (Murray, 2018).

Murray juga menyelami cara olahraga sebagai manifestasi dari 'soft power', dimana negara menggunakan olahraga untuk mempengaruhi negara lain secara halus dan menarik melalui daya tarik budaya dan ideologis, daripada melalui paksaan. Ini menandakan pergeseran dalam cara negara berinteraksi dalam panggung global, menunjukkan pentingnya citra dan persepsi dalam politik internasional.

Selain itu, diplomasi olahraga menyoroti pentingnya sumber daya diplomasi olahraga yang dapat digunakan oleh pemerintah untuk meningkatkan tujuan diplomasi publik mereka. Dengan memfokuskan pada kegiatan olahraga sebagai alat kekuatan lembut, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang cara-cara inovatif yang dapat dilakukan negara-negara untuk memanfaatkan olahraga dalam mencapai pengaruh global. Diplomasi olahraga dapat diklasifikasikan dalam 3 elemen sebagai berikut (Abdi et al., 2019).

1. Acara Olahraga (Sports Event)

Acara-acara besar seperti Olimpiade dan Piala Dunia FIFA menawarkan platform penting bagi negara-negara untuk memperlihatkan diri di panggung dunia, mempromosikan nilai-nilai nasional, dan meningkatkan citra negara. Keterlibatan dalam acara olahraga skala besar ini sering kali terlihat sebagai kesempatan untuk mendemonstrasikan kemampuan organisasi, keramahan, dan keunggulan kompetitif.

Event-event besar ini sering kali digunakan oleh negara-negara untuk memperkuat hubungan internasional dan meningkatkan citra negara di mata dunia.

2. Modal Manusia Olahraga (Sports Human Capital)

Atlet-atlet terkemuka sering kali dianggap sebagai duta besar negara mereka, membawa perhatian internasional dan meningkatkan hubungan bilateral melalui partisipasi mereka dalam kompetisi internasional. Selain itu, pelatih dan pengelola tim juga memainkan peran penting dalam membangun jaringan global dan mempromosikan pertukaran budaya melalui olahraga. Promosi olahraga wanita juga mendapatkan tempat penting dalam diplomasi olahraga, menandai upaya untuk mempromosikan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan melalui platform olahraga.

3. Produk Olahraga (Sports Product)

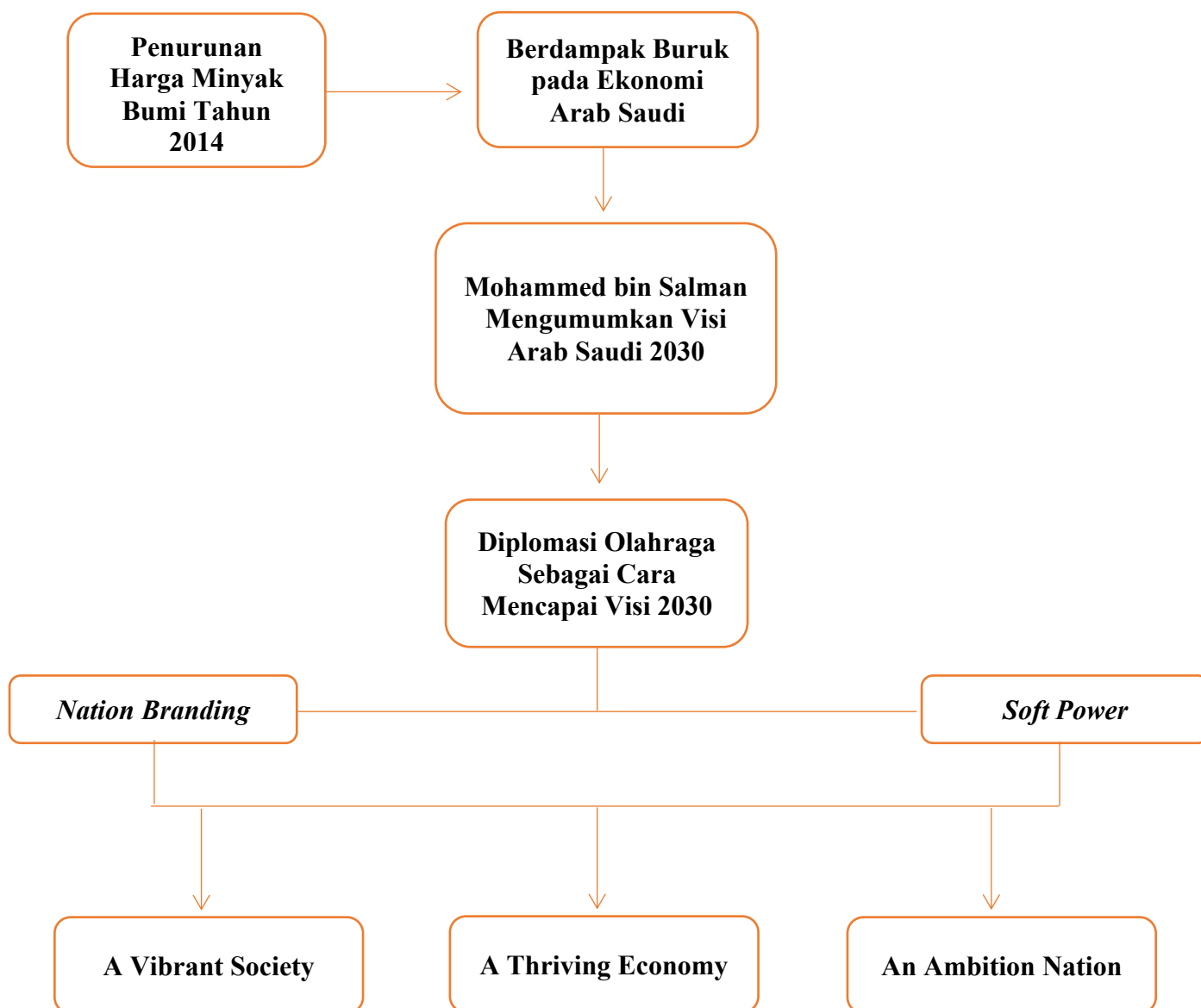
Produk-produk seperti merchandise, siaran pertandingan, dan hak media merupakan aspek komersial yang mendukung diplomasi olahraga. Melalui penjualan produk ini, negara-negara bisa memperluas jangkauan budaya dan ikonografi nasional mereka ke pasar global, memperkuat identitas nasional dan memperkenalkan elemen-elemen kebudayaan lokal ke audiens internasional.

Murray menunjukkan bahwa olahraga bisa menjadi alat diplomasi yang efektif, yang sepenuhnya sesuai dengan strategi Arab Saudi dalam menerapkan Visi 2030. Olahraga dapat menjadi medium untuk meningkatkan ekonomi melalui pariwisata dan investasi, juga sebagai cara untuk mendefinisikan ulang posisi Arab Saudi di panggung dunia, menciptakan citra baru yang lebih dinamis dan terbuka. Hubungan ini menunjukkan bagaimana teori dapat secara praktis diaplikasikan untuk memahami dan mengkritisi penggunaan olahraga dalam diplomasi oleh negara-negara yang sedang berupaya untuk mengubah citra dan status mereka secara internasional.

2.3 Asumsi

Berdasarkan informasi yang diberikan dalam penelitian serta tujuan dari penelitian ini, penulis membuat asumsi investasi besar Arab Saudi di bidang Olahraga dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap branding dari negara tersebut. Masyarakat internasional akan melihat Arab Saudi sebagai negara yang lebih terbuka dan inklusif. Selain itu, sektor olahraga juga akan berkontribusi terhadap upaya diversifikasi ekonomi. Sampai beberapa tahun ke depan, sektor olahraga akan dimanfaatkan Arab Saudi untuk mencapai 3 pilar visi 2030, yaitu *a vibrant society*, *a thriving economy*, dan *an ambition nation*.

2.4 Kerangka Analisis



Arab Saudi sebagai negara yang selama ini bergantung kepada minyak bumi telah menyadari bahwa sumber daya tersebut merupakan sumber daya yang sangat fluktuatif. Terbukti pada tahun 2014 ketika terjadi penurunan harga minyak bumi dunia yang menyebabkan goncangan ekonomi yang cukup hebat. (Faisol, 2018). Maka dari itu, sejak tahun 2016, putra mahkota Muhammad bin Salman, meluncurkan konsep visi Arab Saudi 2030. Diluncurkannya program ini adalah cara mereka untuk bisa mendiversifikasi ekonominya dan juga menghentikan ketergantungan kepada minyak bumi. Salah satu cara yang dilakukan dalam mewujudkan visi Arab Saudi 2030 adalah dengan memanfaatkan sektor olahraga.

Penulis menggunakan konsep *nation branding* sebagai cara Arab Saudi untuk memperkuat citranya di tatanan internasional. *Nation branding* dapat didefinisikan sebagai proses sistematis dan terstruktur untuk mengelola citra dan identitas nasional suatu negara dengan tujuan untuk menciptakan, mempertahankan, atau meningkatkan persepsi positif di antara komunitas internasional (Anholt, 2007). Dengan menggunakan strategi *nation branding* melalui olahraga, penulis beranggapan bahwa hal ini akan mempengaruhi pandangan masyarakat internasional terhadap negara Arab Saudi sebagai negara yang lebih terbuka dan inklusif. Harapannya, investasi yang besar di bidang olahraga dengan mendatangkan talenta kelas dunia, seperti Ronaldo dan Benzema, juga akan mendatangkan wisatawan dari luar negeri.

Selain itu, penulis juga menggunakan konsep *soft power* dalam menganalisis upaya diplomasi olahraga yang dilakukan oleh Arab Saudi. *Soft power* adalah sebuah kemampuan untuk membuat pihak lain melakukan sesuatu yang diinginkan oleh seorang pihak tanpa melibatkan kekerasan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan (Nye, 2004). Investasi yang besar di bidang olahraga adalah cara Arab Saudi untuk memanfaatkan *soft power* sebagai suatu hal yang atraktif untuk menarik perhatian dari masyarakat internasional. Datangnya talenta kelas dunia seperti Ronaldo, Benzema, Neymar, dan Mane dalam olahraga sepak bola, serta digelarnya acara-acara olahraga yang bergengsi seperti Formula 1 diharapkan akan menarik perhatian pecinta olahraga dari seluruh dunia.

Penulis juga menggunakan konsep diplomasi olahraga sebagai alat untuk menganalisis fenomena yang terjadi di Arab Saudi. Murray menawarkan definisi diplomasi olahraga sebagai strategi dimana olahraga digunakan oleh negara, organisasi internasional, atau aktor non-negara untuk memajukan tujuan politik, sosial, dan ekonomi lintas batas (Murray, 2018). Dalam hal ini, diplomasi olahraga terdiri dari 3 elemen yang penting, yaitu Sports Event, Sports

Human Capital, dan juga Sports Product. Arab Saudi menggelontorkan dana investasi yang begitu besar untuk memenuhi 3 elemen diplomasi olahraga sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian internasional dan meraih visi 2030.