

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Literatur

Tabel 2.1 Tinjauan Literatur

No	Judul	Penulis	Tahun	Perbedaan
1	The Role and Impact of Sporting Mega-Events in the Context of Soft Power.	Alshikhy, O’Sullivan, Polkinghorne, Gennings.	2025	Artikel ensiklopedi yang merangkum konsep: definisi mega-events, dimensi dampak, dan kaitan jelas dengan soft power — bersifat ringkasan konseptual dan referensial (overview yang komprehensif).
2	Sustainable strategic <i>nation branding</i> through sports: leveraging soft power via mega-event hostin	El-Dabt, AlReshaid, Park, AlBuloushi, Al-Enzi.	2025	Fokus pada strategic management <i>nation branding</i> lewat SME; menekankan sustainability dan kerangka konseptual untuk praktik negara (case: Qatar). Memberi kerangka operasional yang aplikatif
3	The Legacy of Sport Events for Emerging Nations	Brendon Knott dan Cem Tinaz	2022	Fokus empiris pada legacy (warisan) event untuk emerging nations kategorisasi jenis legacy (sosial, infrastruktur, pariwisata, governance). Berguna untuk perbandingan negara berkembang.
4	Sports Mega-Events as Foreign Policy: <i>Sport diplomacy</i> , “Soft Power,” and “Sportswashing”	Jonathan Grix dan Paul M. Brannagan.	2024	Memberikan konseptualisasi yang memetakan hubungan <i>sport diplomacy</i> — soft power — sportswashing; membandingkan kasus UK vs Qatar; menekankan perbedaan motif berdasarkan geopolitik dan rezim. Sangat relevan untuk membedah istilah dan mekanisme.
5	Sport and Power hard power, soft	Paul Michael Brannagan, Richard	2025	Ulasan yang menggabungkan perspektif hard / soft / smart power dalam konteks

	power and smart power	Giulianotti & Jonathan Grix		olahraga; cocok untuk membandingkan pendekatan realist vs konstruktivis.
6	Soft power	Joseph S. Nye	1990	Sumber teoretis utama tentang soft power — definisi, sumber (culture, political values, foreign policy). Dasar teoritis untuk seluruh kajian <i>sport diplomacy</i> .
7	A Figurational Approach to Soft Power and Sport Events. The case of FIFA World Cup Qatar 2022	Hans Erik Naess	2023	Menyajikan ulasan teoretis dan historis tentang soft power & interdependensi (mengacu ke Keohane & Nye). Berguna sebagai landasan teoretis dan kritik konsep.
8	Small-Scale Sport Events as Place Branding Platforms: A Content Analysis of Osona's Projected Destination Image through Event-Related Pictures on Instagram	Isaac Taberner dan Albert Juncà	2021	tudi kuantitatif/analitik terhadap representasi budaya, alam, dan emosi dalam dokumentasi event — berguna untuk memahami people-to-people dan image building (visual/affect) aspek soft power.
9	For Sustainable Benefits and Legacies of Mega-Events: A Case Study of the 2018 PyeongChang Winter Olympics from the Perspective of the Volunteer Co-Creators	Hany Kim, Yeongbae Choe, Daehwan Kim, dan Jeongmi (Jamie) Kim	2019	Fokus pada legacy volunteering dan aspek sosial dari hosting event — membandingkan manfaat sosial jangka pendek vs jangka panjang. Relevan untuk isu legitimasi domestik.
10	Current Political Uses of Sport Revised: Beyond Public Diplomacy and Sportwashing	Rafael Costa dan Marcelo Moriconi	2024	menawarkan kerangka konseptual baru yang lebih luas dan kritis mengenai political uses of sport— melampaui <i>sport diplomacy</i> dan sportswashing—serta memetakan peran multi-aktor secara menyeluruh, bukan hanya berfokus pada soft power atau mega-event seperti studi-studi lainnya.

Tabel tersebut menyajikan pemetaan sistematis terhadap seluruh referensi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai bagian dari proses *systematic literature review* (SLR). Setiap entri dalam tabel memuat informasi mengenai judul publikasi, nama penulis, tahun terbit, serta karakteristik atau perbedaan mendasar dari masing-masing studi. Penyusunan tabel ini bertujuan untuk mengorganisasi dan membandingkan literatur secara terstruktur sehingga dapat memperlihatkan keberagaman perspektif, pendekatan teoretis, dan temuan empiris dalam kajian mengenai *sport diplomacy*, *soft power*, *sport mega-events*, *nation branding*, dan dampak pembangunan.

Melalui tabel tersebut, terlihat bahwa literatur yang dianalisis tidak bersifat homogen, tetapi mencerminkan spektrum kajian yang luas. Sebagian penelitian berfokus pada aspek konseptual *soft power* dan *sport diplomacy*; sebagian lainnya menekankan dampak sosial, ekonomi, dan politik dari penyelenggaraan *sport mega-events*, khususnya di negara berkembang; sementara beberapa studi memberikan kritik teoretis terhadap konsep sportswashing dan bias dalam diskursus *sport diplomacy* kontemporer. Dengan demikian, tabel ini tidak hanya berfungsi sebagai inventarisasi referensi, tetapi juga sebagai alat analitis yang membantu mengidentifikasi pola, inkonsistensi, serta kesenjangan penelitian (*research gaps*) yang menjadi dasar penting bagi penyusunan argumentasi ilmiah dalam skripsi.

Secara keseluruhan, tabel tersebut memberikan landasan empiris dan teoretis yang memungkinkan penelitian ini untuk melakukan sintesis literatur secara lebih terarah, membandingkan kontribusi masing-masing studi, serta merumuskan

kerangka analitis yang komprehensif mengenai bagaimana *sport diplomacy* beroperasi dalam konteks negara berkembang. Kehadiran tabel ini juga memperkuat transparansi metodologis SLR, memastikan bahwa seluruh sumber dianalisis secara konsisten, serta memudahkan peneliti dalam menelusuri hubungan antarstudi yang relevan bagi tujuan penelitian.

2.2.Kerangka Teoritis/Konseptual

2.2.1 Teori Soft Power

Konsep soft power yang dikembangkan oleh Joseph S. Nye pada akhir 1980-an merupakan salah satu teori paling berpengaruh dalam kajian hubungan internasional kontemporer. Nye memperkenalkan konsep ini sebagai kritik terhadap pendekatan tradisional yang memaknai kekuatan negara semata-mata melalui kapasitas koersif dan material, seperti kekuatan militer (coercion) dan insentif ekonomi (inducement). Dalam karyanya yang seminal, Nye (1990) mendefinisikan soft power sebagai kemampuan suatu aktor untuk memperoleh hasil yang diinginkan melalui daya tarik (attraction) dan persuasi, bukan melalui paksaan (force) atau imbalan material (payment).

Secara epistemologis, soft power lahir dari perubahan struktur politik global pasca-Perang Dingin, ketika dinamika kekuatan internasional bergeser dari konfrontasi militer menuju kompetisi dalam pembentukan citra, narasi, dan legitimasi. Globalisasi, perkembangan teknologi komunikasi, serta meningkatnya interdependensi antarnegara menciptakan ruang baru di mana persepsi publik global menjadi faktor strategis. Dalam konteks ini, soft power berfungsi untuk membentuk preferensi aktor lain agar selaras dengan kepentingan negara sumber, sekaligus mengurangi resistensi terhadap kebijakan luar negeri tanpa biaya politik

yang tinggi. Nye (2004) mengidentifikasi tiga sumber utama soft power, yaitu budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri. Budaya menjadi sumber daya tarik ketika nilai-nilainya dipandang relevan dan menarik oleh audiens internasional, baik dalam bentuk high culture maupun popular culture, termasuk olahraga. Nilai-nilai politik seperti demokrasi, transparansi, dan supremasi hukum meningkatkan daya tarik negara ketika diterapkan secara konsisten dan kredibel. Sementara itu, kebijakan luar negeri berkontribusi pada soft power ketika dipersepsikan sah, adil, dan sejalan dengan norma internasional.

Secara operasional, soft power bekerja melalui mekanisme tidak langsung dan jangka panjang, seperti pembentukan daya tarik, persuasi melalui diplomasi publik, agenda setting, dan pembangunan legitimasi. Media global, aktor non-negara, serta masyarakat sipil berperan penting dalam memperkuat atau melemahkan efektivitas soft power. Meski demikian, konsep ini juga menghadapi kritik, terutama terkait kesulitan pengukuran dampak secara kausal dan kecenderungan penyederhanaan menjadi sekadar nation branding. Namun, soft power tetap relevan sebagai kerangka analitis untuk memahami strategi pengaruh non-koersif negara di era global. Dalam perkembangan selanjutnya, Nye memperkenalkan konsep smart power, yaitu kombinasi strategis antara hard power dan soft power. Konsep ini menegaskan bahwa daya tarik tanpa kapasitas koersif dapat dianggap lemah, sementara paksaan tanpa legitimasi akan memicu resistensi. Oleh karena itu, pemilihan instrumen kekuatan harus disesuaikan dengan konteks geopolitik dan tujuan kebijakan luar negeri.

Dalam konteks penelitian ini, teori soft power menjadi landasan utama untuk memahami bagaimana olahraga, khususnya penyelenggaraan sport mega-events seperti MotoGP Mandalika, dapat berfungsi sebagai instrumen strategis dalam membangun citra positif, mendiseminasi identitas nasional, dan meningkatkan daya tarik Indonesia di mata komunitas internasional. Dengan demikian, diplomasi olahraga diposisikan sebagai salah satu bentuk implementasi konkret dari strategi soft power Indonesia.

2.2.2. Diplomasi Olahraga sebagai Strategi Soft Power Indonesia

Diplomasi olahraga merupakan salah satu bentuk diplomasi non-tradisional yang memanfaatkan olahraga sebagai sarana interaksi dan komunikasi antarnegara. Dalam kerangka soft power, diplomasi olahraga dipahami sebagai strategi untuk mengonversi daya tarik olahraga menjadi keuntungan diplomatik, politik, dan ekonomi. Olahraga memiliki karakter universal yang mampu melampaui batas politik, ideologi, dan budaya, sehingga menciptakan ruang komunikasi yang relatif netral antaraktor internasional. Diplomasi olahraga bertumpu pada asumsi bahwa olahraga mampu menciptakan pengalaman bersama yang bersifat emosional dan simbolik, sehingga dapat membangun kepercayaan, pemahaman, dan hubungan antarmasyarakat lintas negara. Nilai-nilai seperti sportivitas, keadilan, dan penghormatan terhadap aturan menjadikan olahraga sebagai medium yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan diplomatik tanpa harus menggunakan bahasa politik formal.

Secara konseptual, diplomasi olahraga mencakup dua pendekatan utama. Pertama, diplomasi berbasis olahraga, yaitu pendekatan yang menempatkan olahraga sebagai instrumen utama dalam pencapaian tujuan diplomatik. Kedua,

diplomasi melalui olahraga, yaitu pemanfaatan penyelenggaraan dan momentum kegiatan olahraga sebagai sarana pelaksanaan aktivitas diplomasi antarnegara. Kedua pendekatan ini sering kali berjalan secara bersamaan dalam praktik. Dalam konteks Indonesia, diplomasi olahraga diimplementasikan melalui penyelenggaraan ajang olahraga internasional, salah satunya MotoGP Mandalika. Penyelenggaraan ajang ini diposisikan sebagai bagian dari strategi soft power Indonesia untuk meningkatkan citra internasional, menunjukkan kapasitas penyelenggaraan acara kelas dunia, serta mempromosikan identitas nasional dan budaya Indonesia kepada masyarakat global. Diplomasi olahraga Indonesia tidak terbatas pada kompetisi olahraga semata, tetapi mencakup keseluruhan ekosistem kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pemanfaatan dampak jangka panjang penyelenggaraan acara.

MotoGP Mandalika berfungsi sebagai platform diplomasi yang mengintegrasikan berbagai dimensi soft power, seperti eksposur media internasional, pertunjukan budaya, keterlibatan masyarakat lokal, serta interaksi dengan aktor internasional, termasuk pembalap, tim, sponsor, dan wisatawan mancanegara. Melalui penyelenggaraan ini, Indonesia berupaya membangun persepsi sebagai negara yang modern, terbuka, dan mampu menjadi tuan rumah kegiatan internasional berskala besar.

Dengan demikian, diplomasi olahraga Indonesia melalui MotoGP Mandalika dapat dipahami sebagai strategi soft power yang bertujuan memperkuat posisi Indonesia dalam hubungan internasional melalui pendekatan non-koersif yang berbasis daya tarik dan legitimasi.

2.2.3. Pariwisata Internasional dan Destinasi Pariwisata Internasional

Pariwisata internasional merupakan aktivitas perjalanan lintas negara yang melibatkan interaksi sosial, budaya, dan ekonomi antara negara asal wisatawan dan negara tujuan. Dalam kajian hubungan internasional, pariwisata tidak hanya dipandang sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai sarana diplomasi publik dan pembentukan citra negara di mata dunia. Destinasi pariwisata internasional merujuk pada wilayah yang memiliki daya tarik global dan mampu bersaing dalam pasar pariwisata internasional. Daya saing destinasi ditentukan oleh berbagai faktor, antara lain keunikan atraksi wisata, kualitas infrastruktur, aksesibilitas, keamanan, serta citra destinasi yang terbentuk dalam persepsi wisatawan internasional. Citra destinasi memainkan peran penting karena keputusan wisatawan sering kali dipengaruhi oleh persepsi terhadap suatu negara atau wilayah, bukan semata-mata oleh faktor ekonomi.

Dalam kerangka soft power, destinasi pariwisata internasional berfungsi sebagai representasi identitas nasional. Negara yang berhasil membangun citra destinasi yang positif cenderung memperoleh keuntungan berupa peningkatan kunjungan wisatawan, penguatan reputasi internasional, serta terbukanya peluang kerja sama ekonomi dan budaya. Oleh karena itu, pariwisata internasional dapat dipahami sebagai hasil sekaligus indikator keberhasilan strategi soft power suatu negara. Penyelenggaraan ajang olahraga internasional seperti MotoGP Mandalika berkontribusi langsung terhadap penguatan destinasi pariwisata internasional Indonesia. Melalui peningkatan eksposur media global, percepatan pembangunan infrastruktur, dan promosi destinasi secara masif, ajang ini tidak hanya memperkenalkan Mandalika sebagai lokasi balap, tetapi juga sebagai destinasi

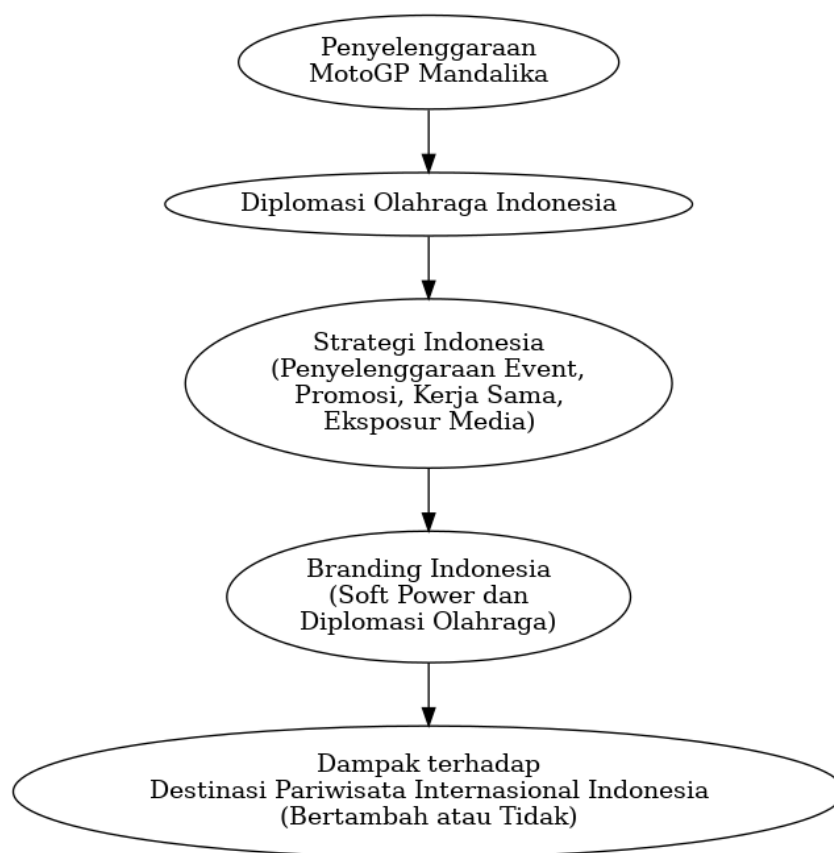
pariwisata berkelas internasional. Dengan demikian, perubahan daya tarik dan pengakuan terhadap destinasi pariwisata Indonesia dapat digunakan sebagai ukuran untuk menilai efektivitas diplomasi olahraga sebagai strategi soft power.

2.3. Asumsi atau Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teoritis yang telah diuraikan, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Penyelenggaraan ajang olahraga berskala internasional seperti MotoGP Mandalika berpotensi memperkuat soft power Indonesia melalui diplomasi olahraga yang memediasi pembentukan citra internasional, penguatan daya tarik destinasi pariwisata, dan representasi positif identitas nasional di mata komunitas global.

2.3. Kerangka Analisis



Gambar 2. 1 Keranga Analisis
Sumber : Diolah Peneliti, 2026

Kerangka analisis dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan alur hubungan kausal antara penyelenggaraan MotoGP Mandalika, diplomasi olahraga Indonesia, strategi yang diterapkan oleh negara, proses pembentukan branding, hingga dampaknya terhadap destinasi pariwisata internasional Indonesia. Kerangka ini digunakan sebagai panduan analisis dalam menjawab pertanyaan penelitian secara sistematis dan terstruktur.

Tahap pertama dalam kerangka analisis adalah penyelenggaraan MotoGP Mandalika. Pada tahap ini, MotoGP Mandalika diposisikan sebagai peristiwa awal

dan unit analisis utama dalam penelitian. Penyelenggaraan ajang olahraga berskala internasional ini dipahami bukan hanya sebagai kegiatan olahraga, tetapi sebagai kebijakan strategis negara yang dirancang untuk mencapai tujuan diplomatik dan pariwisata. MotoGP Mandalika menjadi pintu masuk bagi Indonesia untuk menampilkan kapasitas penyelenggaraan acara kelas dunia serta menarik perhatian publik dan media internasional.

Tahap kedua adalah diplomasi olahraga Indonesia. Penyelenggaraan MotoGP Mandalika dianalisis sebagai bentuk implementasi diplomasi olahraga, yaitu pemanfaatan olahraga sebagai sarana interaksi dan komunikasi internasional. Pada tahap ini, penelitian menelaah bagaimana Indonesia menggunakan MotoGP sebagai medium diplomasi non-tradisional untuk membangun hubungan, menciptakan kesan positif, serta menyampaikan pesan simbolik mengenai identitas nasional, modernitas, dan keterbukaan Indonesia kepada komunitas internasional.

Tahap ketiga adalah strategi Indonesia, yang mencakup berbagai upaya konkret yang dilakukan dalam kerangka diplomasi olahraga. Strategi tersebut meliputi penyelenggaraan acara secara profesional, promosi pariwisata yang terintegrasi, kerja sama dengan aktor internasional, serta pemanfaatan eksposur media global. Pada tahap ini, penelitian menganalisis bagaimana strategi-strategi tersebut dirancang dan dijalankan untuk memaksimalkan daya tarik MotoGP Mandalika sebagai alat diplomasi dan promosi pariwisata Indonesia.

Tahap keempat adalah branding Indonesia, yang dipahami sebagai proses pembentukan citra dan persepsi internasional melalui mekanisme soft power dan diplomasi olahraga. Pada tahap ini, teori soft power dan diplomasi olahraga digunakan sebagai pisau analisis untuk menjelaskan bagaimana strategi yang

dijalankan Indonesia berkontribusi pada pembentukan citra positif Indonesia sebagai negara yang modern, kompeten, dan menarik sebagai tujuan wisata. Branding Indonesia tidak hanya berfokus pada Mandalika sebagai lokasi balap, tetapi juga merepresentasikan Indonesia secara keseluruhan di mata publik internasional.

Tahap terakhir dalam kerangka analisis adalah dampak terhadap destinasi pariwisata internasional Indonesia. Pada tahap ini, penelitian mengevaluasi hasil dari seluruh proses yang telah berlangsung, yaitu apakah penyelenggaraan MotoGP Mandalika melalui diplomasi olahraga dan strategi branding yang diterapkan mampu meningkatkan daya tarik dan pengakuan Indonesia sebagai destinasi pariwisata internasional. Dampak ini dianalisis dengan melihat perubahan persepsi, peningkatan visibilitas internasional, serta indikasi bertambah atau tidaknya daya tarik destinasi pariwisata Indonesia di tingkat global.

Melalui kerangka analisis ini, penelitian berupaya menunjukkan hubungan sebab-akibat yang jelas antara kebijakan penyelenggaraan MotoGP Mandalika, diplomasi olahraga Indonesia, strategi soft power yang diterapkan, dan hasil yang diperoleh dalam bentuk penguatan destinasi pariwisata internasional Indonesia. Kerangka ini sekaligus menjadi dasar analitis dalam pembahasan hasil penelitian pada bab selanjutnya.