

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep dan Teori Penelitian

Penulis menggunakan teori *soft power* dan konsep *sport diplomacy* untuk menjelaskan penelitian ini. Dua metode ini digunakan untuk memahami strategi diplomasi olahraga Arab Saudi untuk mendorong pariwisata melalui penyelenggaraan Formula 1 pada tahun 2021-2024.

Menurut Joseph Nye, *soft power* adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain melalui daya tarik daripada paksaan atau kompensasi. Budaya, prinsip politik yang kuat, dan kebijakan internasional yang sah adalah komponen penting dari *soft power* (Nye, 2004). Dalam hal ini, Visi 2030 Arab Saudi bertujuan untuk meningkatkan daya tarik global melalui reformasi ekonomi dan budaya di antaranya dengan mengadakan kompetisi internasional seperti Formula 1. Penulis dapat menganalisis diplomasi olahraga sebagai bagian dari strategi lebih luas untuk menciptakan persepsi positif tentang Arab Saudi di seluruh dunia dengan bantuan teori ini. *soft power* paling efektif ketika negara tidak hanya memperkenalkan budayanya, tetapi juga kebijakan dan prinsip yang dianutnya dianggap sah dan menarik bagi negara lain (Nye, 2004). Dalam hal ini, Arab Saudi membuka diri terhadap pariwisata dan hiburan non-religius, menunjukkan nilai baru yang ingin ditampilkan ke dunia. Hal ini dikemas dalam cerita rekreasi dan pembangunan infrastruktur kelas dunia, termasuk penyelenggaraan Formula 1.

Sport diplomacy, di sisi lain, adalah konsep yang mengacu pada praktik *soft power* di mana negara memanfaatkan olahraga sebagai alat diplomasi untuk menjalin hubungan dengan negara lain,

meningkatkan reputasi mereka, dan membuka diskusi antara budaya. Arab Saudi membuka pintu untuk diplomasi publik melalui Formula 1, yang memungkinkan sponsor, media internasional, dan wisatawan. Sport diplomacy juga membantu menghubungkan keterlibatan budaya dan politik internasional. Olahraga internasional memberikan kesempatan untuk diplomasi tidak formal yang dapat memengaruhi persepsi publik internasional (Murray dan Pigman 2019). Penelitian ini menggunakan konsep sport diplomacy untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana Arab Saudi memanfaatkan kompetisi olahraga untuk membentuk opini global dan memperkuat hubungan ekonomi, termasuk di bidang pariwisata.

Penyelenggaraan acara internasional, kerja sama internasional, dan branding negara adalah tiga komponen utama diplomasi olahraga. Arab Saudi berkolaborasi dengan ketiganya dalam konteks Formula 1 dengan menampilkan proyek seperti NEOM dan The Red Sea Project kepada dunia. Penulis menggunakan kerangka ini untuk melihat bagaimana diplomasi olahraga Arab Saudi mengubah identitas nasional Arab Saudi menjadi lebih terbuka dan kompetitif secara internasional, serta menarik wisatawan dari seluruh dunia dengan citra kontemporer dan progresif. Dalam penelitian ini, konsep *sport diplomacy* dan *teori soft power* saling melengkapi. Teori *soft power* memberikan dasar teoritis tentang bagaimana pengaruh non-koersif berfungsi dalam hubungan internasional, dan konsep *sport diplomacy* memberikan kerangka kerja praktis untuk melihat bagaimana *event* olahraga dapat digunakan sebagai alat untuk *soft power*. Kombinasi keduanya membantu penulis memahami bahwa Formula 1 bukan sekadar olahraga, tetapi juga strategi diplomasi untuk mendorong pariwisata dan industri hiburan untuk memperluas ekonomi Arab Saudi.

Penulis menggunakan metode ini untuk berkonsentrasi pada hasil

diplomasi olahraga Arab Saudi. Mereka melihat peningkatan investasi pariwisata, jumlah kunjungan wisatawan, dan pembangunan infrastruktur yang terkait dengan Formula 1. Selain itu, analisis ini melihat keterlibatan sektor swasta, pemerintah, dan masyarakat dalam membangun sinergi antara olahraga, pariwisata, dan hiburan. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya. Misalnya, Brannagan dan Giulianotti (2022) menunjukkan bagaimana negara-negara Teluk menggunakan mega-acara olahraga untuk meningkatkan citra mereka di mata dunia dan menarik investasi. Menurut Grix dan Lee (2019), diplomasi olahraga berfungsi sebagai alat politik dan ekonomi di era globalisasi. Penelitian ini memberikan dasar bagi penulis untuk menganggap diplomasi olahraga Arab Saudi melalui Formula 1 sebagai strategi *soft power* yang direncanakan dan diukur. Oleh karena itu, teori *soft power* dan konsep *sport diplomacy* menjadi dasar penelitian ini. Keduanya membantu menjelaskan bahwa penyelenggaraan Formula 1 adalah strategi diplomatik ekonomi-politik Arab Saudi untuk mendapatkan pengakuan internasional, menarik wisatawan, dan meningkatkan infrastruktur pariwisata yang berkelanjutan.

2.1.1 Soft Power

Dalam bagian ini, Joseph S. Nye membuat teori *soft power* sebagai landasan untuk memahami strategi diplomasi non-koersif yang digunakan Arab Saudi. Teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana Arab Saudi meningkatkan daya tarik internasional melalui kebijakannya, nilai-nilainya, dan budayanya yang positif, bukan melalui tekanan atau kekuatan militer. Dalam penelitian ini, *soft power* digunakan sebagai dasar untuk menilai bagaimana penyelenggaraan Formula 1 digunakan untuk memperkuat citra dan reputasi Arab Saudi di tingkat global dan mendukung agenda diversifikasi ekonomi

yang digariskan dalam Visi 2030 melalui sektor pariwisata.

Joseph S. Nye mengembangkan teori soft power pada akhir 1980-an. Nye mendefinisikan soft power sebagai kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi negara lain melalui daya tarik budaya, nilai-nilai, dan kebijakan yang diakui secara internasional, bukan melalui tekanan ekonomi atau militer Nye (2004). Daya tarik ini menjadi alat penting untuk membangun kekuatan dan reputasi global secara damai dalam konteks hubungan internasional. Nye mengatakan bahwa soft power berasal dari tiga sumber, yaitu budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri yang kredibel.

Dalam karya lanjutannya, Nye menyatakan bahwa persepsi publik global terhadap kredibilitas dan legitimasi suatu negara menentukan efektivitas soft power Nye (2011). Ia memasukkan istilah smart power, yang merupakan kombinasi hard power dan soft power, yang dianggap sebagai pendekatan strategis dalam diplomasi kontemporer. Metode ini masuk akal dalam situasi saat ini di Arab Saudi, yang sedang berusaha untuk menunjukkan dirinya sebagai negara modern melalui reformasi ekonomi dan sosial yang dikemas dalam inisiatif besar seperti Visi 2030, yang mencakup penyelenggaraan Formula 1.

Soft power sebagai konsep kekuasaan ideologis dan simbolik juga diperkuat oleh pandangan Steven Lukes, yang mengembangkan model tiga dimensi kekuasaan (Lukes, 2005). Teori *soft power* bergantung pada dimensi ketiga, yaitu kemampuan untuk mempengaruhi pikiran dan pilihan orang tanpa memaksa mereka. Metode ini memungkinkan negara untuk tidak hanya mengontrol kebijakan tetapi juga membentuk narasi dan persepsi masyarakat internasional.

Selain itu, *The Routledge Handbook of Soft Power* untuk memberikan kerangka kerja lengkap tentang soft power untuk studi hubungan internasional modern (Chitty, Ji, & Rawnsley, 2016). Mereka menekankan bagaimana negara-negara menggunakan media, budaya populer, pendidikan, dan olahraga untuk mengekspresikan identitas nasional mereka dan secara halus mempengaruhi audiens internasional. Dalam situasi seperti ini, Formula 1 dapat dianggap sebagai alat *soft power* yang digunakan Arab Saudi untuk meningkatkan popularitasnya sebagai destinasi wisata di seluruh dunia.

Teori ini telah banyak digunakan dalam studi hubungan internasional yang memanfaatkan mega-acara olahraga. Misalnya, menunjukkan bagaimana negara-negara menggunakan kompetisi olahraga besar seperti Olimpiade dan Formula 1 untuk meningkatkan citra nasional, menarik investasi asing, dan mempertahankan posisi mereka di arena global (Grix dan Brannagan, 2016). Olahraga sekarang dilihat bukan hanya sebagai olahraga fisik, namun juga sebagai alat diplomatik dan alat untuk meningkatkan citra negara. Dalam penelitian ini, teori *soft power* digunakan untuk memahami rencana Arab Saudi untuk membangun citra global melalui penyelenggaraan Formula 1 sejak 2021. Dengan memanfaatkan kekuatan budaya, rekreasi, dan simbol diversifikasi, Arab Saudi berusaha mengubah perspektif dunia dari konservatif ke progresif dan terbuka. Formula 1 dibuat menjadi media visual global yang menampilkan reformasi infrastruktur yang berhasil, kebijakan yang lebih terbuka untuk wisatawan, dan kesiapan negara untuk menjadi destinasi pariwisata global.

Namun, penggunaan soft power ini banyak dikritik, terutama terkait dengan tuduhan sportswashing, yakni penggunaan

acara olahraga untuk menutupi masalah hak asasi manusia. Menurut penelitian seperti yang dilakukan oleh Nye (2008) dan Brannagan & Giulianotti (2022), soft power tidak selalu bermakna positif. Ini tergantung pada narasi global dan konsistensi antara gambaran yang dibangun di dalam negeri dengan kenyataan. Oleh karena itu, penelitian ini bergantung pada teori soft power karena dapat menjelaskan tujuan Arab Saudi untuk menarik wisatawan dan membangun kekuatan internasional melalui strategi non-koersif. Untuk menunjukkan keterbukaan budaya, kemajuan nasional, dan daya tarik investasi, Formula 1 menjadi alat simbolik dan strategis. Analisis ini membantu penulis memahami penyelenggaraan Formula 1 dalam konteks Visi 2030 sebagai sarana diplomatik dan ekonomi selain acara olahraga.

Olahraga telah menunjukkan dapat meningkatkan persepsi suatu negara di mata dunia. Misalnya, studi tentang diplomasi sepak bola menemukan bahwa sepak bola dapat membantu pertumbuhan ekonomi dengan mendorong investasi dalam olahraga, hak siar, dan pariwisata, serta meningkatkan pertukaran budaya (Bakri dan Wekke, 2021). Selain itu, penelitian tentang Asian Games 2018 menekankan betapa pentingnya kerjasama multipihak dalam membangun wisata olahraga yang berkelanjutan. Kerja sama ini akan menghasilkan keuntungan ekonomi melalui peningkatan jumlah wisatawan dan investasi dalam infrastruktur, serta memperkuat reputasi negara tuan rumah sebagai destinasi yang diakui di seluruh dunia.

Selain itu, literatur internasional menekankan bagaimana olahraga dapat membantu negara-negara besar dan kecil meningkatkan *soft power* mereka. Piala Dunia 2006 dan 2022 di Jerman dan Qatar menunjukkan bagaimana olahraga dapat

mengubah stereotip negatif dan memberikan legitimasi budaya dan politik (Grix & Brannagan, 2021). Namun, studi ini juga mengingatkan bahwa taktik seperti itu tidak terlepas dari kritik, seperti masalah ketenagakerjaan di Qatar atau tuduhan "*sportswashing*" yang sering diarahkan pada negara-negara dengan catatan HAM yang buruk.

Studi terbaru menunjukkan bahwa olahraga telah masuk ke dalam kebijakan di negara-negara Arab. Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Qatar, dan Mesir menggunakan investasi strategis dalam olahraga, seperti Formula 1 untuk meningkatkan citra nasional, menarik wisatawan, dan meningkatkan hubungan diplomatik (AlSaeed, 2025). Praktik ini sejalan dengan kerangka *soft power* Nye, yang mendorong diversifikasi ekonomi non-migas melalui penggunaan daya tarik budaya dan olahraga untuk meningkatkan reputasi internasional. Oleh karena itu, *soft power* memanfaatkan olahraga sebagai alat diplomatik, pertumbuhan ekonomi, dan pembangunan citra negara selain sebagai hiburan internasional. Ini menjelaskan mengapa Arab Saudi menempatkan olahraga, khususnya acara internasional seperti Formula 1, sebagai alat penting untuk meningkatkan pariwisata dan meningkatkan daya tarik globalnya dalam Visi 2030.

2.1.2 Sport Diplomacy

Bagian ini akan membahas konsep *sport diplomacy* sebagai bagian dari praktik *soft power* dalam hubungan internasional. Konsep ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana Arab Saudi menggunakan olahraga, khususnya penyelenggaraan Formula 1 sebagai alat diplomasi publik untuk meningkatkan citra negaranya, meningkatkan hubungan internasional, dan mendorong pariwisata dan investasi. Dalam

konteks penelitian ini, pemahaman tentang sport diplomacy sangat penting karena memungkinkan analisis operasional strategi diplomasi Arab Saudi dalam konteks Visi 2030.

Sport Diplomacy adalah penggunaan olahraga sebagai alat diplomasi untuk meningkatkan hubungan internasional, memperkuat citra negara, dan mempromosikan nilai-nilai budaya. Negara-negara dapat meningkatkan pengaruhnya di panggung internasional dan menjalin hubungan yang lebih erat dengan negara lain melalui partisipasi mereka dalam acara olahraga internasional (Murray, 2012). Dalam konteks ini, *sport diplomacy* berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memproyeksikan *soft power*, memungkinkan suatu negara untuk membentuk persepsi positif di mata dunia.

Tujuan strategis *sport diplomacy* adalah memberikan kesempatan bagi pemimpin negara untuk berbicara secara informal, memberikan pengetahuan tentang tuan rumah, mengatasi perbedaan budaya dan linguistik, mempermudah perjanjian dagang, mengundang duta olahraga, menciptakan legacy yang baik, dan memberikan legitimasi politik untuk negara baru. Selain itu, sport diplomacy membantu meningkatkan legitimasi politik negara, menciptakan warisan sosial dan infrastruktur pasca-acara, dan meningkatkan reputasi global (Murray, 2012). Tujuan ini sesuai dengan Visi 2030 Arab Saudi, yang menempatkan pariwisata sebagai bagian penting dari diversifikasi ekonomi non-migas. Mega-event olahraga seperti Formula 1 telah menjadi alat diplomasi yang efektif untuk menunjukkan keterbukaan negara terhadap negara lain dan menarik investasi asing (Brannagan & Giulianotti, 2018). Strategi ini menunjukkan bahwa olahraga dapat berfungsi sebagai alat diplomatik dan mengubah struktur dan citra negara di mata dunia.

Dengan menjamu Formula 1 di Sirkuit Corniche Jeddah sejak 2021, Arab Saudi menerapkan strategi untuk menampilkan destinasi, mempertahankan citra modern, dan menarik investasi pariwisata terkait sirkuit dan infrastruktur pendukung. Dalam literatur hubungan internasional, diplomasi olahraga didefinisikan sebagai penggunaan olahraga sebagai alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan negara lain dalam upaya mencapai tujuan budaya, ekonomi, dan politik (Murray, 2012). Dalam diplomasi publik, negara menggunakan elemen budaya populer seperti olahraga untuk memproyeksikan citra positif dan memperkuat hubungan internasional (Pigman, 2014).

Menurut Murray, tindakan dapat diklasifikasikan sebagai diplomasi olahraga jika melibatkan penggunaan olahraga untuk mendukung hubungan internasional, seperti dengan mengirimkan tim nasional, mengadakan acara internasional, mempromosikan nilai-nilai bersama, atau bekerja sama dalam proyek antara negara. Tujuan utamanya adalah meningkatkan pemahaman lintas budaya, legitimasi politik, pengaruh global, dan menarik investasi dan wisatawan. Dalam kasus Arab Saudi, Formula 1 adalah alat diplomatik strategis untuk menunjukkan kesiapan negara untuk menjadi destinasi global modern dan progresif. (Dorsey, 2019). Negara-negara yang melalui kementerian luar negeri, kementerian olahraga, lembaga promosi pariwisata, hingga kepala negara, adalah aktor utama dalam *sport diplomacy*. *Sport diplomacy* melibatkan pihak non-negara seperti federasi olahraga internasional (FIA untuk Formula 1), sponsor, media global, selebritas olahraga, dan masyarakat sipil. Dalam ekosistem diplomasi olahraga, aktor-aktor ini bekerja sama pada berbagai tingkat formal dan informal (Grix & Houlihan, 2014).

Sport diplomacy memungkinkan "*low-risk, high-impact engagement*" artinya, olahraga memungkinkan interaksi yang relatif aman dan tidak politis, tetapi dapat berdampak signifikan pada citra, ekonomi, dan diplomasi budaya suatu negara (Murray & Pigman, 2014). Hal ini sangat relevan di kawasan Timur Tengah, termasuk Arab Saudi, yang saat ini menghadapi tekanan internasional karena masalah hak asasi manusia. Negara ini saat ini berusaha menyeimbangkan narasi globalnya dengan acara bergengsi seperti Formula 1 dan LIV Golf. Dalam konteks seperti inilah, diplomasi olahraga berfungsi sebagai strategi simbolis bagi Arab Saudi untuk meningkatkan citra globalnya dan meningkatkan kekuatan ekonominya melalui sektor non-migas seperti pariwisata dan hiburan.

Secara teoritis, *Sport mega-event* dapat digunakan secara strategis untuk melakukan nation branding, yakni proses menciptakan dan menyampaikan citra positif negara kepada audiens yang tersebar di seluruh dunia. Melalui siaran global dari acara olahraga besar seperti Formula 1, miliaran penonton dapat menyaksikan stabilitas politik, kemajuan infrastruktur, lanskap kota, dan budaya tuan rumah. *Event* seperti ini memungkinkan negara untuk mengendalikan narasi tentang dirinya sendiri dan tampil di arena internasional (Grix & Brannagan, 2016). Namun demikian, isu kontroversial seperti pelanggaran hak asasi manusia atau kerusakan lingkungan sering ditampilkan oleh media global, sehingga kontrol narasi dan komunikasi publik sangat penting untuk diplomasi olahraga.

Diplomasi olahraga telah membantu beberapa negara memperbaiki reputasi mereka sebagai negara. Misalnya, penyelenggaraan Piala Dunia 2006 oleh Jerman membantu

memperbaiki reputasinya setelah Perang Dunia II, turnamen ini dianggap sebagai upaya yang berhasil untuk menggambarkan Jerman sebagai negara yang modern, terbuka, dan ramah (Grix & Houlihan, 2014). Dengan cara yang sama, Olimpiade Beijing 2008 digunakan oleh Cina sebagai sarana untuk menunjukkan kemajuan teknologi, kekuatan ekonomi, dan keterbukaan budaya global, meskipun dikritik karena masalah HAM (Brownell, 2013). Dalam kasus Qatar, strategi soft power digunakan untuk mengubah perspektif Barat terhadap Arab dengan mengarahkan Piala Dunia FIFA 2022 pada keramahtamahan, kemajuan arsitektur, dan investasi global (Brannagan & Giulianiotti, 2022).

Pasca visi 2030, Arab Saudi telah menetapkan pariwisata sebagai salah satu pilar untuk meningkatkan diversifikasi ekonominya. Formula 1 Saudi Arabian Grand Prix yang akan berlangsung di Jeddah Corniche Circuit mulai 2021 adalah sarana untuk mempercepat diversifikasi tersebut. Dengan menggunakan *sport diplomacy*, Arab Saudi berharap untuk mengubah reputasinya sebagai "negara minyak" menjadi destinasi wisata kontemporer yang terbuka bagi wisatawan dari seluruh dunia. *Sports mega-event* menyediakan tempat untuk pertemuan resmi, di mana para pemimpin dapat berbicara secara informal sambil menikmati balapan. Bagi Arab Saudi, Grand Prix dapat berfungsi sebagai tempat untuk berkolaborasi dengan perusahaan penerbangan, pariwisata, dan investasi dalam infrastruktur yang mendukung destinasi Laut Merah. Studi kasus Formula 1 2021–2024 menunjukkan bahwa *sport diplomacy* dapat membantu meningkatkan pariwisata Arab Saudi dengan memanfaatkan reformasi kebijakan, pengelolaan masalah HAM, dan strategi komunikasi internasional yang konsisten.

Sebuah literatur menunjukkan bahwa olahraga, terutama ajang olahraga besar, dapat membuat negara lebih dikenal di dunia, menarik investasi, dan menarik wisatawan. Acara internasional seperti Olimpiade dan Piala Dunia bukan hanya acara olahraga tetapi juga alat strategis untuk meningkatkan ekonomi, memperkuat infrastruktur, dan meningkatkan visibilitas internasional (Miller, 2021). Hasilnya menunjukkan bahwa olahraga adalah salah satu cara penting bagi negara berkembang untuk meningkatkan daya tarik mereka di mata dunia. Pandangan tersebut diperkuat dengan menunjukkan bahwa investasi dalam infrastruktur olahraga dan penyelenggaraan acara internasional meningkatkan pertumbuhan ekonomi, yang mencakup peningkatan lapangan kerja, pariwisata, dan pendapatan sektor swasta (Green dan Johnson, 2022).

Peran Formula 1 sebagai alat diplomatik dan mendorong investasi global melalui pembangunan infrastruktur, peningkatan sektor pariwisata, dan pengembangan sektor hiburan, Formula 1 terbukti mampu meningkatkan arus foreign direct investment (FDI) ke negara tuan rumah (Ratten, 2020). Lebih dari sekadar kompetisi balap, Formula 1 berfungsi sebagai platform untuk mempromosikan identitas negara dan menghubungkan strategi diplomatik dengan tujuan ekonomi masa depan. Studi kuantitatif juga menunjukkan bahwa Formula 1 memengaruhi ekonomi lokal negara tuan rumah secara signifikan melalui sektor-sektor seperti pariwisata, transportasi, perhotelan, dan hiburan (Zhang dan Wu, 2021). Kunjungan wisatawan yang meningkat selama balapan meningkatkan pendapatan negara sekaligus menciptakan lebih banyak peluang kerja. Studi ini menekankan bahwa kebijakan pemerintah untuk memaksimalkan potensi ekonomi F1, seperti

promosi destinasi wisata dan kerjasama multipihak, sangat penting untuk keberhasilan *sport diplomacy*.

Selain itu, studi menunjukkan bahwa sektor pariwisata Arab Saudi telah berkembang, menarik investasi asing, dan meningkatkan reputasi negaranya di mata dunia sebagai akibat dari penyelenggaraan F1 (Smith dan Smith, 2022). Ini sesuai dengan Visi 2030, yang menetapkan olahraga sebagai alat diplomatik dan strategi untuk pembangunan ekonomi non-migas. Formula 1 tidak hanya dikenal sebagai acara hiburan internasional, tetapi juga sebagai alat *sport diplomacy* yang membantu Arab Saudi mengubah pemerintahannya dan meningkatkan hubungan internasional. Oleh karena itu, olahraga internasional, khususnya Formula 1, berfungsi sebagai alat diplomasi internasional untuk meningkatkan citra positif negara di mata internasional dan sebagai katalis ekonomi yang mendorong peningkatan pariwisata dan investasi internasional.

Teori/Konsep	Indikator Sederhana
<i>Soft Power</i>	Pemberitaan positif di media internasional, jangkauan dan interaksi media sosial resmi (Twitter, Instagram, YouTube Formula 1 Saudi Arabia), serta citra positif Arab Saudi di indeks reputasi global.

<i>Sport Diplomacy</i>	Jumlah kedatangan wisatawan internasional (<i>tourist arrivals</i>), belanja wisatawan (<i>tourist spending</i>), tingkat hunian hotel (<i>hotel occupancy rate</i>), serta peningkatan investasi infrastruktur pariwisata seperti bandara, transportasi, dan akomodasi.
------------------------	--

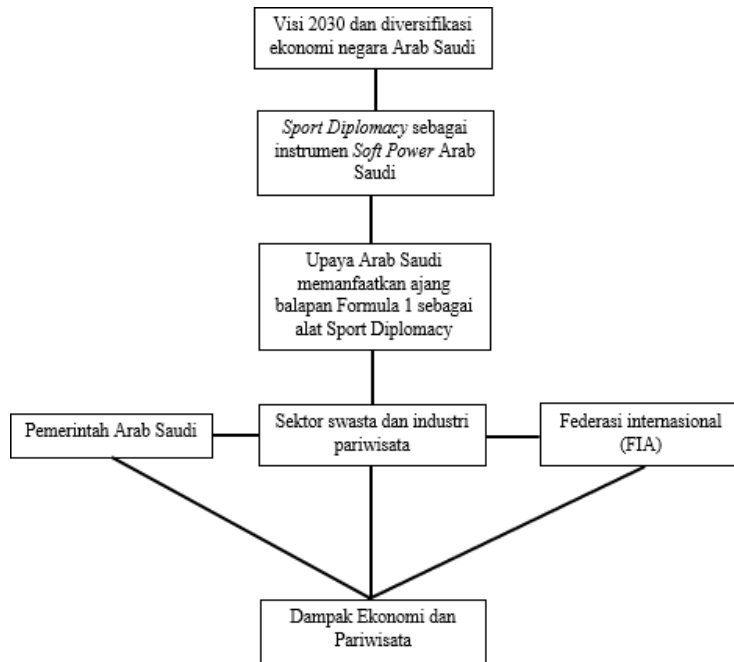
Tabel 2.1 Indikator Sederhana Teori dan Konsep

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada aspek representasi dan dampak yang dapat diukur berdasarkan teori soft power dan sport diplomacy tersebut. Aspek representasi terlihat melalui pemberitaan internasional dan jangkauan media sosial yang membentuk persepsi Arab Saudi di mata dunia. Sementara dampak empiris terlihat melalui indikator ekonomi pariwisata seperti jumlah wisatawan yang meningkat, pengeluaran wisatawan, dan tingkat hunian hotel. Kemampuan suatu negara untuk memanfaatkan media global dan budaya populer untuk membentuk persepsi publik internasional sangat menentukan seberapa efektif soft powernya (Nye, 2019). Selain itu, penyelenggaraan acara olahraga besar seperti Formula 1 meningkatkan jumlah pengunjung dan reputasi negara tuan rumah (Grix dan Brannagan, 2022; Smith dan Smith, 2021). Dengan demikian, tabel di atas berfungsi sebagai jembatan konseptual antara teori dan indikator empiris yang digunakan dalam analisis penelitian ini.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran adalah cara berpikir

tentang topik dengan berbagai konsep untuk menjelaskan jalan penelitian. Kerangka pemikiran ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran yang disajikan pada gambar, penelitian ini membahas bagaimana Arab Saudi memanfaatkan penyelenggaraan kompetisi Formula 1 sebagai bagian dari strategi *sport diplomacy* yang berada dalam kerangka *soft power* guna mendukung pencapaian Visi 2030, khususnya dalam upaya diversifikasi ekonomi dan penguatan sektor pariwisata. Kerangka pemikiran ini diawali dengan Visi 2030 Arab Saudi, yang merupakan kebijakan nasional untuk mengurangi ketergantungan ekonomi pada sektor minyak melalui pengembangan sektor non-migas, salah satunya sektor pariwisata. Dalam konteks ini, Arab Saudi memerlukan strategi yang tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga mampu meningkatkan citra dan daya tarik negara di tingkat internasional. Oleh karena itu, *sport diplomacy* diposisikan sebagai instrumen *soft power* yang strategis untuk menarik perhatian global

serta membangun kepercayaan internasional.

Sebagai bentuk implementasi *sport diplomacy*, Arab Saudi memanfaatkan ajang balap internasional Formula 1 sebagai alat diplomasi olahraga. Penyelenggaraan Formula 1 tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan olahraga, tetapi juga sebagai sarana promosi internasional yang menjangkau audiens global melalui liputan media dan keterlibatan aktor internasional. Penelitian ini memfokuskan studi kasus pada penyelenggaraan *Grand Prix* Formula 1 Arab Saudi periode 2021–2024 sebagai representasi kebijakan *sport diplomacy* Arab Saudi. Dalam pelaksanaannya, pemanfaatan Formula 1 melibatkan berbagai aktor utama. Pemerintah Arab Saudi berperan dalam perumusan kebijakan, penyediaan regulasi, serta dukungan institusional. Sektor swasta dan industri pariwisata berkontribusi melalui pembangunan infrastruktur, penyediaan fasilitas pariwisata, dan pengembangan layanan pendukung. Selain itu, federasi internasional (FIA) berperan sebagai aktor global yang memberikan legitimasi internasional terhadap penyelenggaraan Formula 1 di Arab Saudi.

Sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan federasi internasional tersebut diarahkan untuk menghasilkan dampak ekonomi dan pariwisata. Dampak yang diharapkan tidak hanya berupa peningkatan jumlah wisatawan asing dan penguatan ekosistem pariwisata, tetapi juga meningkatnya arus investasi asing ke Arab Saudi, khususnya pada sektor pariwisata, infrastruktur, dan industri pendukung *event* olahraga. Masuknya investasi ini berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pembangunan fasilitas berskala internasional, serta mempercepat proses diversifikasi ekonomi nasional. Dengan demikian, penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian mengenai “Bagaimana upaya *sport diplomacy* Arab Saudi melalui event Formula 1 dalam meningkatkan kinerja sektor

pariwisata dan mendorong masuknya investasi asing?”. Formula 1 dalam penelitian ini dipahami tidak hanya sebagai ajang olahraga internasional, tetapi juga sebagai instrumen soft power yang berfungsi sebagai alat diplomasi dan ekonomi dalam konteks pembangunan nasional Arab Saudi di bawah Visi 2030.