

BAB IV

PEMBAHASAN

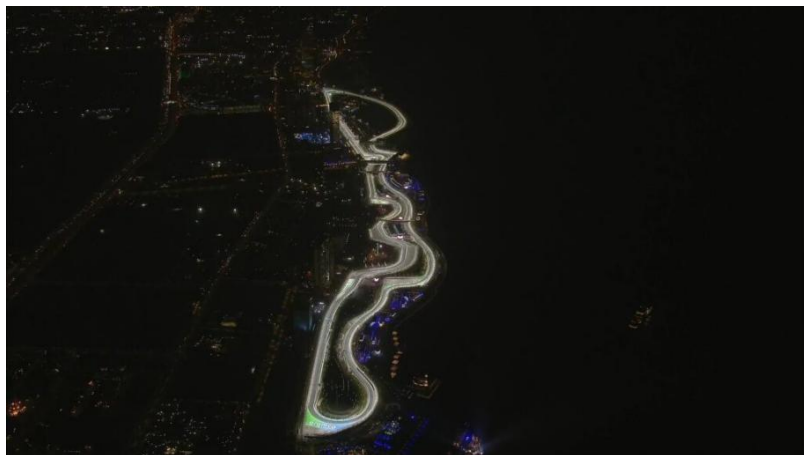
4.1 Intrumen Sport Diplomacy Formula 1 Arab Saudi

4.1.1 Sejarah dan Latar Belakang Diselenggarakannya Formula 1

Jeddah Corniche Circuit akan menjadi tuan rumah Formula 1 2021 di Arab Saudi. Namun, negara ini telah terlibat dalam dunia balap internasional sejak lama. Maskapai nasional Arab Saudi menjadi sponsor utama tim Williams pada akhir 1970-an, pembalap Alan Jones kemudian menjadi juara dunia pada tahun 1980. Dengan kerja sama ini, Arab Saudi mulai mendukung olahraga balap di seluruh dunia. Arab Saudi mulai berpartisipasi dalam motorsport setelah beberapa dekade. Stadion Internasional King Fahd di Riyadh menjadi tuan rumah *Race of Champions* pertama negara pada tahun 2018. Acara ini menunjukkan komitmen Arab Saudi untuk menjadi pusat olahraga mobil di Timur Tengah dengan pembalap terkenal. Ini didukung oleh lintasan penyelenggaraan acara internasional sebelum Formula 1, seperti *Race of Champions* di Stadion Internasional King Fahd, Riyadh dan Formula E Ad Diriyah E-Prix, yang merupakan kolaborasi jangka panjang dengan pemerintah sejak musim 2018/19, hingga Dakar Rally yang secara resmi dibawa ke Arab Saudi sejak 2020 (PwC, 2025; Alawi, 2024; Gulf Research Center, 2025).

Secara teoritis, keterlibatan Arab Saudi dalam berbagai kompetisi *motorsport* sebelum Formula 1 di Jeddah menunjukkan pola *sport diplomacy* yang konsisten. Konsep ini menekankan bahwa olahraga adalah alat diplomasi publik yang digunakan oleh negara untuk meningkatkan citra mereka di mata dunia dan memperluas jaringan politik-ekonomi mereka

di luar jalur diplomatik konvensional (Murray, 2020). Kehadiran Arab Saudi sebagai tuan rumah ajang seperti Formula E Ad Diriyah E-Prix atau Dakar Rally sebelum 2021 dapat dipandang sebagai langkah awal untuk membangun kredibilitas di panggung olahraga global. Negara-negara *emerging powers* sering menggunakan *mega-event* olahraga sebagai strategi untuk meningkatkan reputasi mereka, menarik investasi asing, dan meningkatkan pariwisata domestik (AlSaeed, 2024). Dalam situasi ini, menambahkan Formula 1 ke kalender internasional Arab Saudi menunjukkan implementasi strategi *sport diplomacy* yang sistematis daripada tindakan impulsif.



Gambar 4.1.1 Jeddah Corniche Circuit

Sumber https://f1destinations.com/race-facts-saudi-arabian-grand-prix/?utm_source

Upaya ini mencapai puncaknya pada tahun 2021 dengan menyelenggarakan Grand Prix Arab Saudi di Jeddah, yang menarik lebih dari 140.000 penonton dari 160 negara, menghasilkan dampak ekonomi langsung sebesar SR 900 juta (sekitar US\$240 juta) dan menciptakan 20.000 lapangan kerja (Arab News, 2025; PwC, 2025). Dengan panjang 6,174 km dan 27 tikungan, Sirkuit Jeddah Corniche dirancang sebagai jalan

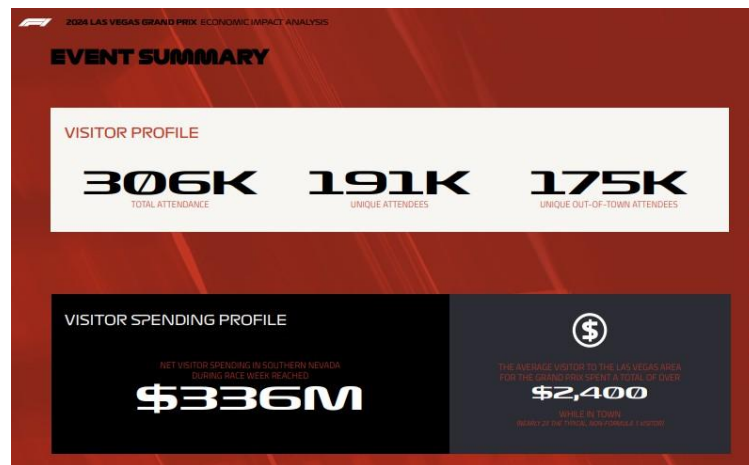
raya tercepat di dunia. Circuit Jeddah memiliki reputasi internasional sebagai tempat wisata olahraga karena lokasinya di Laut Merah dan kombinasi kota modern dengan pemandangan alam (Hinch & Higham, 2020). Grand Prix Jeddah pertama pada Desember 2021 langsung menarik perhatian dunia. Balapan diakhiri dengan pertarungan sengit antara Max Verstappen dan Lewis Hamilton, disiarkan ke lebih dari 80 negara dengan perkiraan penonton global mencapai 70 juta orang, memperlihatkan status Jeddah sebagai sirkuit jalan raya internasional sekaligus instrumen *soft power* Arab Saudi (Formula 1 Impact Report, 2023). Hamilton akhirnya menang, dan momen ini dianggap sebagai salah satu yang paling menakutkan dalam sejarah Formula 1 modern (Alawi, 2024). Pertandingan tersebut menunjukkan status Jeddah sebagai sirkuit jalan raya yang luar biasa dan upaya Arab Saudi untuk menggunakan olahraga sebagai instrumen *soft power* untuk meningkatkan reputasinya di seluruh dunia (PwC, 2025).

Keputusan Arab Saudi untuk mengadakan Grand Prix di Jeddah adalah bagian dari strategi *soft power* untuk mempromosikan negara. *Soft power* berfungsi ketika sebuah negara memiliki kemampuan untuk menciptakan daya tarik melalui kebijakan, nilai, dan budaya yang dapat dipercaya (Nye, 2021). Untuk jutaan penonton di seluruh dunia, Formula 1 berfungsi sebagai etalase visual yang menampilkan keterbukaan sosial, lingkungan modern Jeddah, dan tekad ekonomi Arab Saudi. Lebih dari 80 juta orang di seluruh dunia menonton balapan perdana di Jeddah tahun 2021, dan ratusan jurnalis dari berbagai negara meliput (Formula 1 Impact Report, 2023). Artinya, selain berfungsi sebagai acara olahraga, Grand Prix juga berfungsi sebagai alat diplomasi publik yang memungkinkan Arab Saudi berinteraksi dengan audiens

internasional melalui daya tarikan yang kuat.

Penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan Grand Prix Formula 1 dapat menarik banyak pengunjung asing. Sebagai ilustrasi, pengeluaran wisatawan asing di GP Las Vegas 2024 mencapai US\$336 juta, dengan rata-rata pengeluaran per pengunjung sebesar US\$2.400, menunjukkan potensi signifikan bagi sektor pariwisata dan perhotelan (Applied Analysis, 2024). Karena pengeluaran yang berkaitan dengan akomodasi, transportasi, dan hiburan di sekitar lokasi penyelenggaraan, pengeluaran wisatawan asing memberikan dampak ekonomi yang lebih besar daripada pengeluaran wisatawan domestik (Song et al., 2019). Contoh nyata adalah Grand Prix Las Vegas 2024, di mana penonton rata-rata menghabiskan lebih dari US\$2.400. Pengunjung menghabiskan

\$336 juta secara keseluruhan di ekonomi lokal, terutama di bidang pariwisata, perhotelan, dan transportasi. Hal ini menunjukkan bahwa kompetisi Formula 1 dapat meningkatkan pariwisata perkotaan di seluruh dunia (Applied Analysis, 2024).



Gambar 4.1.1 Visitor Spending Profile

Sumber

https://ewscripps.brightspotcdn.com/ba/a8/ad3094094f42a32b81fd94057456/lvqp-2024-economic-impact-final.pdf?utm_source

Pengalaman serupa juga ditunjukkan di Australia. Menurut laporan, GP Australia 2022 menghasilkan pengeluaran langsung senilai \$92 juta dan meningkatkan Produk Domestik Bruto State of Victoria sebesar \$171 juta. Pada GP 2023, kontribusi ekonomi bahkan meningkat menjadi \$268 juta

dengan menciptakan sekitar 1.149 pekerjaan penuh waktu. Ini menunjukkan bahwa Formula 1 memiliki kemampuan untuk menguntungkan sektor pariwisata dalam jangka pendek (Ernst & Young, 2022). Tetapi tidak semua dampak positif. Studi tentang Grand Prix di berbagai negara di Eropa menemukan bahwa penyelenggaraan GP tidak selalu meningkatkan GDP dan pariwisata. Dalam beberapa situasi, penyelenggaraan GP justru berdampak netral atau bahkan negatif pada jumlah penginapan wisatawan setelah perhelatan (Faria & Lopes, 2023).

Di sisi lain, penelitian literatur menyeluruh menemukan bahwa penyelenggaraan Formula 1 sering menghasilkan keuntungan dalam bentuk pembangunan citra kota tuan rumah. Acara berskala global ini memiliki potensi untuk meningkatkan reputasi destinasi wisata, meskipun ada perbedaan yang signifikan antara hasil pariwisata lokal dan harapan promotor (Hinch & Higham, 2020). Selain itu, beberapa kota memanfaatkan kesempatan menjadi tuan rumah untuk menginvestasikan uang dalam infrastruktur transportasi dan pariwisata. Investasi ini dapat memberikan manfaat bagi industri pariwisata kota dalam jangka panjang, meskipun biaya pembangunan sirkuit permanen atau semi-permanen sangat tinggi. Formula 1 menjadi ikon pembangunan destinasi dan acara olahraga (Wesleyan Business Review, 2023).

Keputusan Arab Saudi untuk menjadi tuan rumah Formula 1 sejalan dengan tujuan ekonomi dan sosial negara tersebut. Arab Saudi berusaha mendiversifikasi ekonominya dan menurunkan ketergantungannya pada minyak melalui program "Vision 2030". Mengembangkan sektor pariwisata dan hiburan adalah salah satu strategi utama. Ini mencakup menjadi tuan rumah acara olahraga internasional seperti Formula 1 (Time, 2021).

Ambisi ini didukung oleh investasi besar-besaran. Selain menjadi sponsor utama tim Formula 1 dan Aston Martin, perusahaan minyak nasional Arab Saudi, Public Investment Fund (PIF) Arab Saudi membeli saham di beberapa tim balap, seperti Aston Martin dan McLaren yang menunjukkan komitmen jangka panjang mereka terhadap dunia motorsport.

Arab Saudi memanfaatkan Formula 1 sebagai ajang internasional untuk meningkatkan reputasinya di mata media global. Balapan di Jeddah dihadiri oleh 70 juta orang di seluruh dunia, dan disiarkan ke lebih dari 80 negara (Formula 1 Impact Report, 2023). Penyiaran mega-event olahraga yang tersebar di seluruh dunia meningkatkan branding nasional karena paparan terus-menerus terhadap simbol nasional (Grix & Lee, 2019). Arab Saudi memanfaatkan media untuk membingkai ulang persepsi publik global terhadap negara yang dulunya tertutup dengan menampilkan lanskap pesisir Jeddah dan proyek kontemporer seperti NEOM. Media sosial juga memainkan peran penting. Interaksi digital dengan tagar #SaudiGP meningkat 26% dibandingkan musim sebelumnya, menunjukkan keterlibatan audiens dari seluruh dunia (Nielsen Sports, 2024).

Catatan Kritis 1:

Sejumlah organisasi hak asasi manusia mengkritik penyelenggaraan Grand Prix di Jeddah sebagai bentuk *sportswashing*, yakni upaya negara menggunakan ajang olahraga untuk mengalihkan perhatian dari isu sosial (Amnesty International, 2022). Pemerintah menanggapi kritik ini dengan menonjolkan reformasi sosial melalui kampanye pemberdayaan perempuan, partisipasi publik dalam olahraga, dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan sebagai bagian dari *Vision 2030*.



Gambar 4.1.1 Inisiatif "Race 4 Woman"

Sumber <https://thetrackjeddah.com/news/6-top-tips-for-a-tip-top-blog>

Data menunjukkan minat Arab Saudi terhadap Formula 1 terus meningkat. Survei Nielsen Sports menunjukkan minat perempuan terhadap olahraga ini meningkat 11% pada tahun 2024, yang sejalan dengan kampanye 'Race 4 Women' untuk mendorong partisipasi perempuan dalam motorsport (Reuters, 2025). Peningkatan ini merupakan hasil dari perubahan demografis dan peningkatan akses olahraga di seluruh negara. Arab Saudi juga berusaha mengembangkan atlet balap lokal. Tujuan dari kampanye seperti "Race 4 Women" yang didirikan oleh Sebastian Vettel adalah untuk mendorong perempuan untuk berpartisipasi dalam olahraga otomotif. Program ini membantu perempuan Arab Saudi yang tertarik untuk berkarir di dunia balap (Reuters, 2025).

Selain itu, penyelenggaraan Grand Prix Jeddah juga berdampak pada ekonomi yang signifikan. Investasi Saudi sejak F1 2021 telah melampaui US\$6 miliar, meningkatkan kunjungan wisatawan, okupansi hotel, dan pendapatan sektor perhotelan, sekaligus menciptakan ekosistem ekonomi baru di sektor transportasi, MICE, dan industri kreatif (PwC, 2025; Saudi Gazette, 2024). Dengan lebih dari 140.000 penonton,

acara ini mendorong industri perhotelan dan pariwisata lokal dan menciptakan ekosistem ekonomi yang mencakup transportasi, fasilitas MICE, dan industri kreatif. Menteri Pariwisata menyatakan bahwa Formula 1 Arab Saudi telah menjadi tonggak dalam mengeksport brand Arab Saudi ke seluruh dunia dan memperkuat tujuan Vision 2030 (Arab News, 2025). Grand Prix Saudi telah memiliki dampak ekonomi langsung sebesar SR 900 juta (sekitar US\$ 240 juta), menciptakan 20.000 lapangan kerja, dan menarik penonton dari 160 negara.

Selain itu, menurut laporan PwC, investasi Saudi sejak F1 2021 telah melampaui US\$ 6 miliar, dan dampak industri mencakup peningkatan kunjungan wisatawan ke Jeddah yang menyebabkan kenaikan harga kamar hotel dan pendapatan sektor perhotelan (PwC report, 2025). Tidak hanya mekanikal yang melindungi kenyamanan dan keselamatan, sirkuit juga dirancang dengan mempertimbangkan standar lingkungan hidup. Pengolahan kawasan Corniche menciptakan lebih banyak ruang hijau, memperkuat infrastruktur publik, dan menerapkan solusi berkelanjutan seperti pengelolaan limbah dan LED (Saudi Gazette, 2024). Ini meningkatkan reputasi Jeddah sebagai tempat wisata modern dan ramah lingkungan.

Selain itu, jutaan penonton menyaksikan balapan secara global melalui media elektronik dan televisi, membuatnya menjadi momentum branding yang menampilkan lanskap, budaya, dan kemajuan Arab Saudi kepada audiens di seluruh dunia, memicu pariwisata dan investasi dalam jangka panjang (SAFE Saudi Arabia for Elites, 2025). Secara keseluruhan, Grand Prix telah menjadi acara olahraga internasional yang disukai oleh pembalap dan penggemar karena kombinasi kecepatan dan tantangan teknik yang menantang (Arab News,

2025).

Selain itu, Arab Saudi menunjukkan keinginan untuk memiliki tim Formula 1. Pangeran Khalid bin Sultan Al-Abdullah Al-Faisal menyatakan bahwa ketertarikan ini merupakan lanjutan dari keterlibatan negara dalam dunia balap setelah menjadi tuan rumah dan sponsor. Langkah ini akan meningkatkan posisi Arab Saudi di dunia Formula 1 (ESPN, 2025). Dengan komitmen yang kuat dan investasi yang berkelanjutan, Arab Saudi ingin menjadi pusat motorsport di Timur Tengah. Selain Formula 1, negara ini juga menyelenggarakan kompetisi seperti Formula E dan Dakar Rally yang menambah daftar olahraga otomotifnya.

4.1.2 Keterlibatan Pemerintah dan Sektor Swasta dalam Penyelenggaraan

Sejarah masuknya Arab Saudi ke Formula 1 melibatkan banyak pihak pemerintah maupun swasta. Akibatnya, sub-bab ini akan membahas bagaimana keduanya bekerja sama untuk membentuk fondasi penyelenggaraan Grand Prix di Jeddah. Dalam upaya membawa Formula 1 ke Jeddah, Kementerian Olahraga dan *the Saudi Automobile & Motorcycle Federation* (SAMF) pemerintah Arab Saudi bekerja sama dengan sektor swasta. Perjanjian jangka panjang sejak 2020 dan dukungan logistik dan infrastruktur, seperti pembangunan sirkuit oleh *Saudi Motorsport Company* dan Tilke Engineers, menunjukkan bahwa ini bukan sekadar agenda olahraga, tetapi juga merupakan strategi diplomasi dan investasi global. Dalam konteks *sport diplomacy*, tindakan seperti ini menunjukkan bahwa negara dapat menggunakan olahraga internasional sebagai alat *soft power*, menunjukkan citra modern, mahir, dan terbuka terhadap investasi internasional (Alaboud, 2024).

Selain itu, kekuatan diplomatik tidak lagi monopoli negara karena keterlibatan aktor non-negara seperti Aramco sebagai sponsor utama Formula 1 dan PIF yang menanamkan investasi strategis pada tim seperti Aston Martin dan McLaren menunjukkan pola *hybrid diplomacy*. Intervensi seperti ini memperkuat citra negara tuan rumah di seluruh dunia dan memperluas *soft power* negara melalui korporasi dan lembaga keuangan. Dari sudut pandang teoritis, tindakan Arab Saudi sejalan dengan gagasan tentang diplomasi khusus, di mana negara menempatkan dirinya sebagai pemain strategis dalam olahraga internasional untuk memperoleh kekuatan internasional yang diinginkan. Untuk mendukung visi 2030, yaitu perubahan citra negara dan diversifikasi ekonomi Arab Saudi, *soft power* dimaksudkan untuk mendukung investasi besar negara melalui PIF dan Aramco dalam Formula 1 serta pembangunan infrastruktur berkualitas tinggi (Alaboud, 2024).



Gambar 4.1.2 Kemitraan Perusahaan Aramco dengan Formula 1

Sumber <https://www.aramco.com/en/news-media/news/2020/aramco-announces-partnership-with-formula-1>

Proyek Qiddiya menunjukkan kerja sama terus-menerus antara sektor publik dan swasta. Dimaksudkan untuk menjadi pusat motorsport permanen di luar Riyadh, Qiddiya akan

memiliki sirkuit Formula 1 khusus yang akan rampung sebelum tahun 2030.



Gambar 4.1.2 Kemitraan Qiddiya Investment Company dengan Formula 1

Sumber <https://qiddiya.com/press-room/qic-formula-one-saudi-arabia-founding-partner/>

Selain itu, terlihat bahwa sektor swasta berkontribusi pada penyediaan layanan teknologi seperti sistem pemantauan keselamatan, penyiaran digital, dan penggabungan smart mobility selama event berlangsung. Ini menunjukkan bahwa Formula 1 membantu pertumbuhan industri teknologi lokal. *Minister of Investment of Saudi Arabia* aktif mempromosikan investasi melalui Formula 1. Investor asing dikenalkan dengan potensi sektor ekonomi Arab Saudi yang sedang berkembang, seperti pariwisata, hiburan, dan infrastruktur melalui paviliun pameran nasional Saudi House selama Grand Prix.

Penyelenggaraan Formula 1 di Jeddah menciptakan lebih dari 8.000 pekerjaan baru, sebagian besar di bidang jasa, konstruksi, dan pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa dampak ekonominya nyata dan bukan hanya simbolik (Formula 1 Impact Report, 2023). Selain itu, pemerintah

bekerja sama dengan organisasi internasional seperti FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) untuk menciptakan standar dan peraturan teknis serta keselamatan yang penting untuk reputasi dan keberlangsungan balapan.

4.1.3 Tujuan Strategis Penyelenggaraan Formula 1 di Arab Saudi

Setelah mempelajari semua pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan Formula 1, sangat penting untuk memahami tujuan strategis yang ingin dicapai Arab Saudi melalui acara tersebut. Dalam bagian ini, akan ditekankan bagaimana Formula 1 telah dimasukkan ke dalam rencana pembangunan nasional, terutama Visi 2030. Untuk Arab Saudi, menyelenggarakan Formula 1 adalah bagian penting dari strategi nasional yang lebih luas daripada sekadar kompetisi olahraga. Grand Prix Arab Saudi telah menjadi simbol diversifikasi ekonomi dan sosial yang dicanangkan dalam Visi 2030 sejak debutnya pada tahun 2021. Melalui kompetisi ini, kerajaan berusaha mengukuhkan posisinya di kancah internasional dan mendiversifikasi sumber pendapatan negara. Salah satu tujuan utama adalah diversifikasi ekonomi dengan tujuan mengurangi ketergantungan pada minyak. Dengan memulai Formula 1, Arab Saudi menarik investasi di bidang pariwisata, perhotelan, dan infrastruktur, yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi non-minyak.

Selain itu, citra global diperbaiki dengan Formula 1. Dengan mengadakan kompetisi ini, Arab Saudi berusaha memperbaiki reputasinya di mata dunia dan menunjukkan komitmennya terhadap modernisasi dan keterbukaan. Hal ini sesuai dengan pendekatan diplomasi budaya sebelumnya, seperti yang ditunjukkan oleh penyelenggaraan Race of Champions 2018 di

Arab Saudi, Formula E Diriyah E-Prix 2018, dan Dakar Rally 2020, yang semuanya menjadi batu loncatan penting menuju Formula 1 (Alawi, 2024; Gulf Research Center, 2025). Data dari Saudi Tourism Authority menunjukkan bahwa setelah penyelenggaraan Formula E 2018, jumlah wisatawan ke Riyadh meningkat 13% pada kuartal berikutnya, sementara Dakar Rally 2020 mendatangkan lebih dari 500 pembalap dan tim dari 62 negara serta ribuan penonton internasional (KPMG, 2022). Ini menunjukkan bahwa event olahraga global berkontribusi nyata pada pariwisata Saudi sebelum Grand Prix di Jeddah dimulai.

Selain itu, Formula 1 digunakan untuk memperbaiki citra global. Dengan menyelenggarakan kompetisi ini, Arab Saudi berusaha memperbaiki reputasinya di mata dunia dan menunjukkan komitmennya terhadap modernisasi dan keterbukaan. Tujuan Vision 2030 untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu pilar utama PDB non-migas adalah untuk menarik ribuan orang asing setiap tahun ke Grand Prix Jeddah (Arab News, 2025). Dampak ditunjukkan langsung oleh peningkatan okupansi hotel di Jeddah selama pekan balapan, bersama dengan peningkatan jumlah wisatawan asing yang datang ke industri perhotelan, transportasi, dan hiburan. Pembangunan infrastruktur berskala internasional juga didorong oleh penyelenggaraan Formula 1. Pembangunan sirkuit kelas dunia dan fasilitas pendukung lainnya meningkatkan infrastruktur kota seperti jalan, bandara, dan transportasi umum. Perubahan ini sejalan dengan proyek besar Vision 2030 seperti NEOM dan Qiddiya (Gulf Times, 2023; Alawi, 2024).

Ajang ini meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dengan memberikan peluang bagi warga lokal untuk terlibat dalam berbagai industri, mulai dari perhotelan hingga layanan

transportasi. Pengembangan olahraga lokal dan bakat juga merupakan bagian dari strategi ini. Arab Saudi berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan pembalap muda sebagai tanggapan terhadap meningkatnya minat dalam *motorsport*. Negara ini juga membangun sarana pelatihan yang memadai untuk para pembalap muda. Penyelenggaraan Formula 1 juga mendorong teknologi ramah lingkungan dan praktik berkelanjutan saat membangun infrastruktur dan menjalankan acara.

Arab Saudi juga menggunakan Formula 1 dengan sukses dalam *sport diplomacy*. Dengan menjadi tuan rumah ajang internasional seperti Formula 1 Saudi Arabian Grand Prix, Arab Saudi memanfaatkan olahraga sebagai instrumen kekuasaan (*power instrument*) untuk memperkuat posisi diplomatiknya di dunia. Dalam konteks teori *sport diplomacy*, olahraga tidak hanya menjadi arena kompetisi, tetapi juga sarana negosiasi simbolik antarnegara yang memungkinkan interaksi langsung antara pemerintah, duta besar, dan organisasi multinasional di luar forum formal (Murray & Pigman, 2020). Selama Grand Prix Jeddah, tercatat lebih dari 30 duta besar dan perwakilan resmi dari negara peserta hadir di tribun kehormatan dan area VIP, termasuk Menteri Luar Negeri UEA Sheikh Abdullah bin Zayed Al Nahyan, Putra Mahkota Bahrain Pangeran Salman bin Hamad Al Khalifa, serta delegasi ekonomi dari Amerika Serikat, Inggris, Korea Selatan, dan Jepang (Saudi Press Agency, 2024; Arab News, 2021). Kehadiran langsung pejabat antarpemerintah tersebut menandakan terbentuknya “*track one diplomacy*”, yakni interaksi diplomatik resmi melalui jalur non-konvensional seperti *event* olahraga global.

Sport diplomacy dalam konteks ini berperan sebagai *soft power* yang memperluas pengaruh Arab Saudi secara bilateral

dan multilateral. Keikutsertaan pemerintah dalam mengoordinasikan penyelenggaraan bersama Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) dan Formula 1 Group telah menciptakan mekanisme kerja sama lintas negara yang melibatkan otoritas olahraga Eropa, Asia, dan Timur Tengah, menjadikan ajang ini sarana *policy coordination* antara negara-negara mitra. Kerja sama semacam ini mencakup isu-isu diplomatik seperti akses investasi lintas-batas, regulasi transportasi, dan kebijakan energi terbarukan, karena balap F1 kerap menjadi platform diplomatik informal bagi menteri, duta besar, dan CEO global yang menghadiri pertemuan bisnis di sela-sela lomba (Grix & Lee, 2019; Kobierecki, 2021).

Selain itu, perluasan jaringan juga terlihat dari partisipasi lembaga multilateral seperti *Formula 1 Sustainability Strategy* dan *Net Zero by 2030 Framework* yang mendorong kolaborasi teknologi lingkungan antara Arab Saudi, Uni Eropa, dan Jepang. Arab Saudi melalui Kementerian Olahraga dan Kementerian Energi turut menandatangani nota kerja sama dengan Aramco & FIA mengenai riset bahan bakar sintetis ramah lingkungan, menunjukkan bahwa event F1 menjadi ruang diplomasi sains-teknologi yang memperluas jejaring politik-ekonomi tidak hanya dalam investasi, tetapi juga pada transfer teknologi dan inovasi. Dengan demikian, *sport diplomacy* dalam Formula 1 Jeddah dapat dianggap sebagai instrumen kekuasaan yang mengintegrasikan pengaruh politik (track-one diplomacy) dan kepentingan ekonomi-teknologi (geo-economic networking) ke dalam strategi diplomasi luar negeri Arab Saudi. (Murray & Pigman, 2020; Kobierecki, 2021; Sam, 2023).

Strategi ini juga mencerminkan keinginan Arab Saudi untuk menjadi pusat hiburan dan olahraga di Timur Tengah. Negara

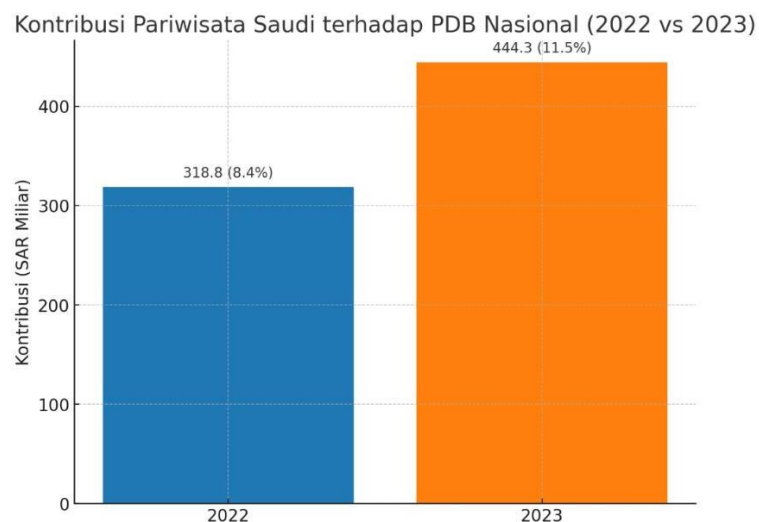
ini secara konsisten menyatakan keinginan untuk mendominasi industri olahraga regional dan bahkan global, setelah menyelenggarakan pertandingan tinju kelas dunia, Formula E, dan sekarang Formula 1. Untuk membangun portofolio olahraga internasional yang kredibel dan menguntungkan, Formula 1 menjadi dasar yang ideal (Amara, 2021). Pemerintah Arab Saudi menggunakan Formula 1 dalam strategi pembangunan kota, terutama di Jeddah dan sekitarnya. Untuk memenuhi kebutuhan acara ini, infrastruktur jalan, hotel, bandara, dan transportasi publik diperluas dan diperbarui. Transformasi kota ini sejalan dengan pembangunan kawasan pesisir Laut Merah, termasuk NEOM dan Qiddiya, yang merupakan proyek utama dalam Visi 2030 (General Sports Authority, 2020).

Arab Saudi juga berusaha mendorong investasi asing langsung melalui ajang Formula 1. Kehadiran perusahaan terkenal di dunia seperti Mercedes, Red Bull, dan Ferrari bukan sekadar simbol glamor, tetapi menunjukkan stabilitas ekonomi negara dan keterbukaan terhadap investasi asing di bidang seperti pariwisata, properti, dan hiburan. Misalnya, Mercedes-Benz tidak hanya tampil di arena balap, tetapi juga berinvestasi di Arab Saudi dengan bekerja sama dengan EVIQ dan Juffali Automotive Company untuk membangun infrastruktur pengisian EV. Ini merupakan upaya untuk mendukung mobilitas berkelanjutan sesuai dengan tujuan Vision 2030 (Saudi Gazette, 2025).

Selain itu, Tim Mercedes-AMG PETRONAS F1 sedang membangun Mercedes-AMG World of Performance, sebuah pusat pengalaman otomotif seluas 45.000 meter persegi di Kota Qiddiya. Pusat ini akan menawarkan simulasi balap dan pengalaman teknologi otomotif, serta terhubung langsung ke

Speed Park Track, sirkuit balap Formula 1 yang sedang dibangun di Qiddiya (Arab News, 2025). Wisata olahraga yang lebih baik, investasi dalam hiburan, dan transfer teknologi otomotif adalah semua efek multiplier yang dapat dihasilkan oleh proyek ini. Oleh karena itu, perusahaan internasional seperti Mercedes-Benz melakukan lebih dari sekadar branding, mereka membantu transformasi ekonomi Arab Saudi menuju diversifikasi berkelanjutan melalui inovasi teknologi, kerjasama lokal, dan infrastruktur strategis.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan ekonomi yang kompleks karena melibatkan berbagai sektor ekonomi, seperti perhotelan, transportasi, agen perjalanan, hingga sektor hiburan dan rekreasi. Menurut World Tourism Organization (UNWTO), pariwisata mencakup semua jenis perjalanan dan tinggal di luar tempat tinggal seseorang, biasanya selama tidak lebih dari satu tahun, untuk alasan rekreasi, bisnis, atau alasan lain. Dalam konteks Arab Saudi, sektor pariwisata menjadi salah satu prioritas utama Vision 2030 yang bertujuan mengurangi ketergantungan pada minyak.



Gambar 4.1.3 Kontribusi Pariwisata Arab Saudi terhadap PDB Nasional
2022 dan 2023

Sumber https://wttc.org/news/saudi-arabias-travel-tourism-breaks-all-records?utm_source

Sebagaimana ditunjukkan oleh World Travel and Tourism Council (WTTC), kontribusi pariwisata Saudi terhadap PDB pada tahun 2023 mencapai SAR 444,3 miliar, atau sekitar 11,5% dari PDB nasional (WTTC, 2024; Arab News, 2024). Ini adalah pencapaian tertinggi dalam sejarah pariwisata Saudi dan menunjukkan peran sektor ini sebagai salah satu penggerak ekonomi utama. Penyelenggaraan acara olahraga internasional seperti Formula 1 meningkatkan kunjungan wisatawan, investasi asing, dan konsumsi domestik

Pariwisata sangat berkontribusi pada lapangan kerja. Berdasarkan data General Authority for Statistics (GASTAT), Jumlah tenaga kerja di sektor pariwisata akan mencapai 959.175 orang pada kuartal kedua tahun 2024, yang merupakan sekitar 5,7% dari tenaga kerja nasional (GASTAT, 2024). Dari jumlah tersebut, 245.905 adalah warga Saudi, dan sisanya adalah orang yang bekerja di luar negeri. Angka ini mencerminkan besarnya potensi sektor pariwisata dalam menyerap tenaga kerja domestik.

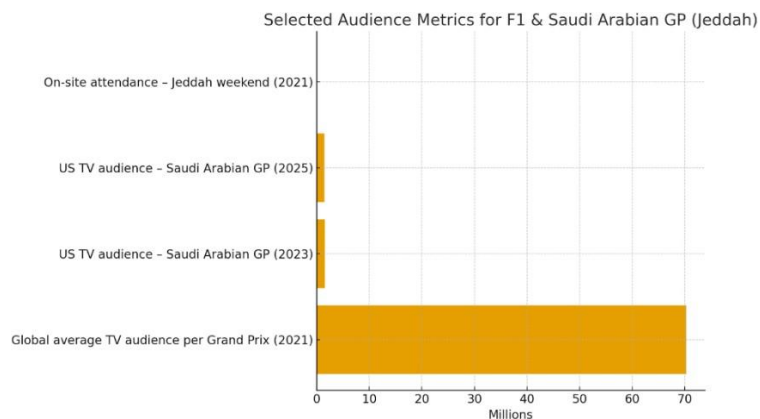
Selain menghasilkan keuntungan sosial dan ekonomi, penyelenggaraan Formula 1 Arab Saudi membantu menyebarkan inovasi dan teknologi yang berdampak langsung pada industri pariwisata. Sebagai salah satu olahraga paling canggih di dunia, kerja sama dengan tim Formula 1 membuka peluang besar untuk pengembangan riset dalam bidang rekayasa kendaraan, sistem keselamatan, dan penerapan energi terbarukan. Ini kemudian menyebar ke industri pariwisata. Penyebaran teknologi ini mendorong upaya pemerintah untuk membangun ekonomi berbasis pengetahuan, hal ini sangat

penting untuk modernisasi infrastruktur wisata, seperti *smart venue* dan teknologi digital canggih. Lonjakan teknologi ini meningkatkan pengalaman pengunjung di luar lintasan balap. Misalnya, Jeddah Grand Prix mendorong teknologi canggih dalam industri logistik, pariwisata, dan perhotelan. Musim balapan Formula 1 meningkatkan okupansi hingga 96,5%. Tarif rata-rata hotel naik secara signifikan setiap hari, dan pada puncak *event*, pemesanan mingguan mencapai 76,8 juta dolar. Ini menunjukkan permintaan yang meningkat untuk layanan pintar dan infrastruktur pendukung (Saudi Market Research Consulting, 2025).

Korelasi antara event Formula 1 dan inovasi pariwisata dapat dilihat dalam praktik operasional di Jeddah. Penyelenggaraan malam hari memerlukan infrastruktur pencahayaan LED ultra cepat, jaringan 5G untuk streaming *real-time*, dan sistem logistik otomatis untuk jalur VIP dan transportasi wisatawan. Media Arab-News melaporkan bahwa Arab Saudi mempercepat adopsi teknologi seperti AI-based personalization, AR/VR experience di destinasi dan sistem biometrik di area wisata sebagai bagian dari strategi smart tourism (Narayanan, 2025). Ini menunjukkan bahwa event F1 memicu kebutuhan investasi teknologi dalam pariwisata, yang kemudian menguntungkan sektor hotel, logistik dan layanan digital. (Narayanan, 2025; Usman et al., 2024). Lebih spesifik, teknologi canggih kini menjadi *point of differentiation* destinasi Saudi. Walaupun riset khusus “berapa besar investasi teknologi per hotel selama F1” masih terbatas, kerangka penelitian “Tourism Development and Management in Saudi Arabia” menyebut bahwa integrasi teknologi ke dalam infrastruktur wisata (*smart venue*, pelayanan digital) adalah bagian dari strategi jangka panjang yang berasosiasi dengan *mega event*

(Almakaty, 2025). Dengan demikian, event F1 tak hanya menciptakan lonjakan pariwisata, tetapi juga memacu investasi teknologi dalam hospitality dan smart venue guna mendukung layanan wisatawan global.

Dari perspektif *sport diplomacy* dan inovasi, event F1 memainkan peran sebagai tempat untuk memperkenalkan Arab Saudi sebagai “laboratorium teknologi pariwisata” kepada investor global. Studi menguraikan bahwa motorsport besar digunakan oleh Saudi untuk menampilkan kesiapan teknologi, manajemen event internasional, dan sinergi institusional, sehingga menarik mitra teknologi & pariwisata asing (Alawi, 2025). Hal ini menegaskan bahwa *sport diplomacy* bukan hanya tentang citra melainkan juga tentang transfer teknologi, kemitraan riset, dan investasi infrastruktur canggih yang berdampak langsung pada industri pariwisata.



Gambar 4.1.3 Matrics Audience Saudi Arabian GP

Formula 1 berdampak besar pada pariwisata Jeddah melalui paparan media global dan banyak stasiun penyiaran. Jutaan orang di seluruh dunia melihat Jeddah dan meningkatkan reputasinya sebagai destinasi kontemporer (SAFE, 2025). Selama pekan balap, paparan media Grand Prix Jeddah dapat ditunjukkan secara kuantitatif. Secara global, rata-rata audiens TV per Grand Prix pada 2021 mencapai 70,3 juta penonton, ini

memberi patokan “orde jutaan” untuk setiap seri, termasuk debut Jeddah (Formula 1, 2022). Di pasar AS, Saudi Arabian GP 2023 ditonton 1,523 juta pemirsa di ESPN dan edisi 2025 rata-rata 1,46 juta pemirsa, ini menunjukkan daya tarik lintas musim dan tren minat pada slot siaran malam hari, sedangkan di lokasi, Jeddah 2021 mencatat 143.000 penonton akhir pekan. Sebagai basis reputasi destinasi kontemporer, Jeddah mendapatkan perhatian global melalui televisi dan kehadiran langsung, seperti yang ditunjukkan oleh jangkauan televisi dan kehadiran langsung ini. (Formula 1, 2022; AutoRacing1, 2023). Laporan Nielsen, basis penggemar F1 global pada 2024 mencapai ±826,5 juta, dengan pertumbuhan signifikan di Timur Tengah. Data Nielsen Sports yang dikutip kantor berita internasional menunjukkan minat perempuan di Saudi naik +11% dan minat laki-laki +10% pada 2024, efek ini berkorelasi dengan distribusi konten *mobile-first* (reel/shorts) dan profil tim/pembalap yang agresif. Pada saat yang sama, ESPN melaporkan jangkauan musim F1 2024 hampir 30 juta pemirsa di platform mereka, mengindikasikan ekosistem konsumsi yang kuat di luar siaran satu negara. Dengan demikian, klaim “jutaan orang melihat Jeddah” dapat dipaparkan melalui gabungan indikator TV per seri, reach musiman, dan pertumbuhan segmen audiens yang meningkat di Arab Saudi. (Reuters, 2024; SportsPro, 2025; ESPN Press Room, 2024).

Dengan paparan visual ini, minat jangka panjang terhadap kota-kota modern dan wisata mewah meningkat. Ini memperkuat kerja sama antara inovasi dan branding destinasi wisata. Selain itu, penyelenggaraan Formula 1 memperkuat rencana jangka panjang untuk membangun ekosistem pariwisata modern di Qiddiya, Riyadh. Proyek ini mencakup pembangunan sirkuit F1 mutakhir sebagai bagian dari kota

hiburan pintar, yang mencakup teknologi cerdas, hiburan, dan riset. Proyek ini akan memberikan basis untuk atraksi wisata teknologi tinggi serta pelatihan profesional dalam bidang hospitality, olahraga, dan manajemen acara. Inovasi ini menarik wisatawan dan membuka peluang kerja dan pendidikan berbasis teknologi.

4.2 Upaya Arab Saudi Memanfaatkan Ajang Balapan Formula 1 sebagai alat *Sport Diplomacy*

4.2.1 Keterlibatan Pemerintah Arab Saudi Sebelum dan Selama Penyelenggaraan Acara

Setelah melihat bagaimana Arab Saudi memantapkan diri sebagai tuan rumah Formula 1 dengan mendukung infrastruktur, investasi, dan partisipasi sektor swasta, langkah berikutnya adalah memahami bagaimana ajang ini digunakan untuk *sport diplomacy*. Inisiasi Formula 1 di Arab Saudi merupakan contoh nyata sport diplomacy yang sistematis, mulai dari diplomasi kelembagaan dengan FIA/FOM hingga diplomasi ekonomi melalui promosi investasi lintas-negara. Selama Grand Prix Jeddah 2021, The Ministry of Investment for Saudi Arabia (MISA) menandatangani 14 kesepakatan dengan mitra asing senilai US\$1,2 miliar, menunjukkan translasi strategi dari citra ke transaksi nyata (FIA: A Year in Review, 2023). Berdasarkan laporan, kesepakatan tersebut melibatkan sektor pariwisata, energi terbarukan, teknologi informasi, ritel, manufaktur otomotif, dan layanan logistik, dengan partisipasi perusahaan dari Amerika Serikat, Tiongkok, Prancis, Korea Selatan, dan Brasil (Invest Saudi Review, 2023). Sebagai contoh, MISA menandatangani *memorandum of understanding* dengan Lucid Motors Inc.

(Amerika Serikat) untuk pengembangan kendaraan listrik, dengan Schneider Electric SA (Prancis) di bidang digital energy, serta dengan Samsung C&T (Korea Selatan) untuk pengembangan proyek infrastruktur urban smart city. Tiga sektor prioritas ini adalah transportasi ramah lingkungan, energi digital, dan infrastruktur perkotaan yang selaras dengan pilar Visi 2030 tentang keberlanjutan dan diversifikasi ekonomi (Elshaer, 2023).

Lebih jauh, keberhasilan investasi tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan terhubung langsung dengan *sport diplomacy* melalui Formula 1 Saudi Arabian Grand Prix yang berperan sebagai katalis jejaring bisnis. Selama pekan balap, MISA mendirikan “Saudi House Investment Pavilion” di kompleks Jeddah Corniche Circuit, yang berfungsi sebagai ruang pertemuan bisnis lintas sektor antara delegasi investor dan pejabat pemerintah. Di paviliun tersebut diadakan sesi *business matchmaking*, konferensi pers sektor ekonomi, serta penandatanganan MoU di hadapan perwakilan *FIA Commercial Rights Holder* dan media internasional (Saudi Press Agency, 2023). Praktik ini sejalan dengan model diplomasi ekonomi modern yang mengubah *soft power exposure* menjadi *transactional power* melalui *deal rooms* dan *investment forums* terintegrasi dalam event olahraga (Grix & Lee, 2019).

Dalam Teoritis, sport diplomacy dianggap sebagai alat soft power yang menggabungkan tujuan ekonomi, politik, dan citra bangsa di luar negeri melalui peristiwa internasional dan jejaring aktor negara-non negara (FIA: a year in review, 2023; Allen, 2023). Promosi investasi yang terkait langsung dengan pekan balap menunjukkan langkah diplomasi ekonomi yang nyata. Kementerian Investasi (MISA) mengadakan pertemuan

bisnis dan menandatangani empat belas kesepakatan investasi dengan mitra asing selama Grand Prix Jeddah. Ini adalah bentuk "diplomasi komersial" yang dimaksudkan untuk menghubungkan pejabat Saudi dan delegasi korporasi internasional dengan publik F1. Menurut penelitian kebijakan olahraga, mega-event berfungsi sebagai tempat percakapan ekonomi internasional, meningkatkan dampak reputasi acara menjadi modal dan kemitraan. Data penandatanganan di arena F1 memperlihatkan translasi strategi dari citra ke transaksi, sehingga memenuhi prasyarat diplomasi olahraga yang berorientasi hasil (outcome-oriented sport diplomacy).

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, Arab Saudi menggunakan *sport diplomacy* sebagai salah satu strategi penting untuk memperbaiki citra negaranya di mata dunia dan memperkuat posisinya dalam politik dan ekonomi dunia. Narasumber menekankan bahwa *sport diplomacy* melibatkan olahraga dalam membangun hubungan, mengurangi ketegangan, dan memperkuat kerja sama antar negara. Karena daya tarik globalnya, Formula 1 menjadi alat penting untuk Arab Saudi. Pemerintah Arab Saudi memanfaatkan kompetisi ini untuk menunjukkan bahwa negara itu telah berubah dari citra konservatifnya yang kaku ke citra yang lebih kontemporer, terbuka, dan ramah terhadap dunia luar. Ini sesuai dengan tujuan kebijakan Putra Mahkota Muhammad bin Salman, Visi 2030, yang bertujuan untuk mengurangi ketergantungan pada minyak dengan mengubah ekonomi melalui pariwisata, hiburan, dan investasi di seluruh dunia (Argenti, 2025).

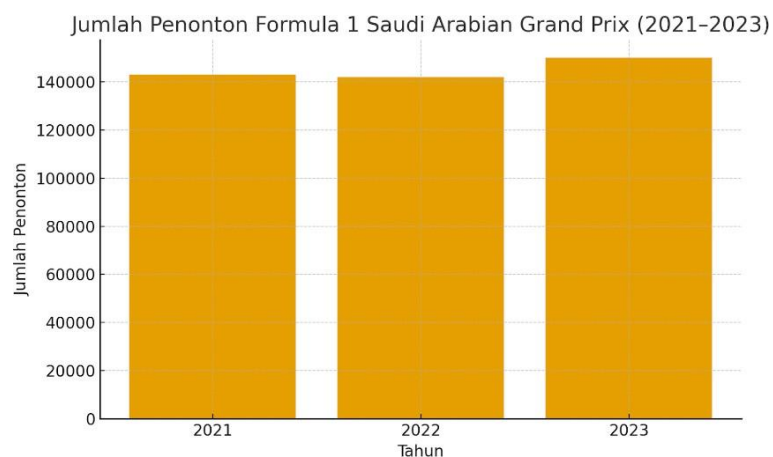
Selain itu, narasumber juga menjelaskan bahwa upaya Arab Saudi dalam *sport diplomacy* dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, seperti kesuksesannya dalam menarik perhatian

dunia dan menggambarkan negara itu sebagai negara yang dinamis dan menarik untuk dikunjungi, berbeda dari persepsi sebelumnya yang didominasi konservatisme. Selain itu, penyelenggaraan Formula 1 menunjukkan kemampuan *sport diplomacy* untuk menggunakan olahraga internasional untuk memengaruhi persepsi dunia sekaligus menguntungkan ekonomi secara langsung melalui penjualan tiket, akomodasi, dan pariwisata (Argenti, 2025).

Kebijakan visa turis juga membantu media, penonton, dan tamu penting dalam akses internasional. Program e-Visa, yang dimulai pada 27 September 2019 untuk 49 negara dan akan diperluas menjadi 57–63 negara pada tahun 2023, mengurangi hambatan perjalanan bagi pengunjung F1 dan meningkatkan kemungkinan orang-orang berinteraksi satu sama lain di lintas negara, yang merupakan tujuan umum *sport diplomacy*. Kebijakan ini tidak hanya membantu, namun juga meningkatkan metrik kinerja pariwisata-olahraga, seperti keterisian hotel dan belanja pengunjung selama pekan balap, dan memperkuat reputasi Arab Saudi sebagai tuan rumah acara internasional di mata jaringan pariwisata dan media global (Ministry of Tourism, 2023).

Secara statistik, *sport diplomacy* Formula 1 dapat dilihat dari jangkauan audiens dan keterlibatan penggemar, 2,69 juta penonton hadir langsung di musim 2021, sementara kapasitas sirkuit meningkat menjadi 50.000 kursi dan diperkirakan 150.000 pengunjung pada 2023, memperlihatkan arus wisata internasional yang signifikan untuk diplomasi ekonomi dan pariwisata (Formula 1 Impact Report, 2023; Formula 1.com, 2022). Data resmi F1 menunjukkan 2,69 juta penonton hadir di sirkuit sepanjang musim 2021 pasca-pandemi, sementara Laporan Dampak F1 2023 mencatat peningkatan audiens dan

inisiatif keberlanjutan dan logistik yang meningkatkan prospek tuan rumah di komunitas internasional. Pada konteks lokal, Jeddah Corniche Circuit memiliki kapasitas grandstand sekitar 50.000 kursi, dan kehadiran akhir pekan Saudi GP diperkirakan akan mencapai lebih dari 150.000 pada tahun 2023, menunjukkan peningkatan arus wisata berbasis event yang penting untuk diplomasi ekonomi dan pariwisata. Data memperkuat gagasan bahwa Saudi "mengadakan" balapan dan menggunakan audience reach dan *footfall* sebagai alat diplomatik untuk mencapai target diversifikasi ekonomi pariwisata visi 2030 (Formula [1.com](https://www.formula1.com), 2022; Formula 1 Impact Report, 2023).



Gambar 4.2.1 Jumlah Penonton Formula 1 Saudi Arabian Grand Prix 2021-2023

Sumber https://f1destinations.com/ranked-the-top-attended-formula-1-races-in-2023/?utm_source

Infrastruktur pendukung, seperti Sirkuit Jalan Raya Jeddah, dibangun sesuai dengan standar internasional dan dikonsultasikan dengan konsultan global. Saudi Motorsport Company bertanggung jawab atas proyek ini, yang juga mencakup pembangunan Qiddiya sebagai pusat motorsport permanen di masa depan (RaceFans, 2019). Selain itu, General

Entertainment Authority (GEA) dibentuk untuk meningkatkan ekosistem olahraga dan menarik investasi asing melalui penyelenggaraan acara internasional (GEA, 2020).

Selama penyelenggaraan Formula 1, pemerintah bertanggung jawab atas semua aspek logistik dan keamanan, termasuk pengaturan lalu lintas dan penyediaan fasilitas untuk penonton. Kerja sama antara berbagai lembaga pemerintah, seperti Kementerian Olahraga dan Kementerian Dalam Negeri, sangat penting untuk memastikan kelancaran acara (Alshammari, 2022). Pemerintah juga menggunakan Formula 1 sebagai platform untuk menunjukkan budaya dan kemajuan Arab Saudi kepada audiens internasional, dengan mengerahkan ribuan petugas keamanan dan teknologi canggih untuk menjaga keselamatan (Khan, 2023).

Setelah acara, pemerintah melakukan evaluasi menyeluruh terhadap dampak ekonomi dan sosial. Hasil menunjukkan peningkatan pendapatan sektor pariwisata, okupansi hotel, serta penciptaan 8.000–20.000 lapangan kerja baru, yang kemudian digunakan untuk perencanaan event berikutnya, mendukung diversifikasi ekonomi sesuai Visi 2030 (Almalki, 2022). Dengan memanfaatkan momentum yang dihasilkan oleh Formula 1, pemerintah ingin mendiversifikasi ekonomi dan mencapai sasaran strategis dalam Visi 2030, terutama dengan menjadikan pariwisata dan hiburan sebagai komponen utama PDB non-migas. Selain itu, pemerintah berinvestasi dalam peningkatan fasilitas yang telah dibangun untuk digunakan dalam acara balap dan olahraga lainnya di masa depan (Saudi Motorsport Company, 2023).

Pemerintah juga berupaya melibatkan masyarakat lokal dalam penyelenggaraan acara, meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat melalui pekerjaan di industri perhotelan

dan transportasi (Vision 2030 Report, 2025). Pasca acara, kampanye pemasaran dilakukan untuk mempromosikan citra positif Arab Saudi, menggunakan media sosial dan platform online untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Nielsen, 2024). Selain itu, pemerintah mendukung pertumbuhan atlet lokal dengan membiayai program pelatihan untuk pembalap muda dan tim lokal. Dalam hal keberlanjutan, praktik ramah lingkungan diterapkan selama penyelenggaraan Formula 1, termasuk penggunaan bahan bakar yang ramah lingkungan dan pengelolaan limbah yang efektif (Formula 1 Sustainability Report, 2023). Dengan demikian, Formula 1 tidak hanya menjadi ajang balap, tetapi juga alat untuk sport diplomacy yang meningkatkan hubungan bilateral dan posisi Arab Saudi di dunia (Murray & Pigman, 2020).

4.2.2 Sport Diplomacy Merupakan Instrumen dalam Menarik Wisatawan Asing

Formula 1 bukan hanya digunakan untuk berbicara tentang masalah ekonomi dan diplomasi, tetapi juga untuk menarik wisatawan asing. Ini akan menjelaskan bagaimana *sport diplomacy* berdampak langsung pada peningkatan pariwisata Arab Saudi. Strategi utama Arab Saudi untuk menarik wisatawan asing adalah sport diplomacy melalui Formula 1. Selama GP Jeddah 2023, lebih dari 140.000 wisatawan asing hadir, menginap di hotel, menikmati restoran dan atraksi lokal, sehingga meningkatkan kontribusi sektor pariwisata hingga SR 900 juta (US\$240 juta) (Argenti, 2025; Alshammari, 2022). Dengan menyelenggarakan Grand Prix Saudi Arabia, pemerintah berusaha menunjukkan transformasi sosial dan ekonomi yang sedang terjadi, sekaligus memperbaiki reputasi negara yang telah mendapat banyak kritik dari seluruh dunia.

Acara olahraga berskala internasional ini memberikan kesempatan yang sangat baik untuk mempromosikan negara kepada audiens internasional yang beragam (Murray & Pigman, 2020).

Ajang Formula 1 di Arab Saudi bukan hanya pertandingan olahraga, namun juga merupakan alat diplomasi yang memungkinkan Arab Saudi untuk menjalin hubungan bilateral dan multilateral dengan negara lain melalui interaksi delegasi, pejabat, dan bisnis pariwisata di berbagai negara, termasuk ekonomi, budaya, dan teknologi. Catatan resmi menegaskan bahwa penyelenggaraan Formula 1 di Arab Saudi dihadiri oleh pejabat mulai dari Menteri Olahraga yang mewakili pimpinan negara hingga pimpinan federasi otomotif internasional yang menandakan pengakuan institusional atas kapasitas penyelenggaraan dan memberi isyarat politik ke mitra luar negeri (Saudi Press Agency, 2025; Saudi Press Agency, 2022).



Gambar 4.2.2 Pangeran Salman bin Hamad Al Khalifa dan Syekh Abdullah bin Zayed

Pada level antarpemerintah, terdapat preseden kuat sejak edisi perdana, yaitu Putra Mahkota sekaligus Perdana Menteri Bahrain, Pangeran Salman bin Hamad Al Khalifa, tercatat menghadiri Grand Prix perdana di Jeddah pada 2021 bersama pimpinan FIA, sebuah sinyal diplomatik yang jarang terlihat dan memperkuat kanal komunikasi tingkat kepala

pemerintahan di luar forum formal. Pada 2024, Menteri Luar Negeri Uni Emirat Arab, Syekh Abdullah bin Zayed, juga hadir di Jeddah Corniche Circuit, menunjukkan bahwa pekan balap dieksploitasi sebagai platform tatap muka antara kabinet untuk memperbarui agenda kerja sama ekonomi, pariwisata, dan keamanan kawasan (Arab News, 2021; UAE Ministry of Foreign Affairs, 2024).

Efek diplomatik yang muncul bersifat simbolik sekaligus instrumental. Simbolik karena memperlihatkan dukungan publik elite kawasan terhadap transformasi ekonomi Saudi, instrumental karena temu-singkat lintas kementerian di pinggir lintasan memudahkan *policy coordination* (misalnya promosi investasi pariwisata, *air connectivity*, dan *event hosting* bersama di Teluk) yang kemudian diikuti pernyataan resmi saling mengapresiasi capaian penyelenggaraan dan mengundang partisipasi lintas-batas pada edisi mendatang. Dalam studi sport diplomacy, *mega-event* seperti F1 menciptakan “convening power” yaitu kekuatan mengumpulkan aktor yang tak mudah bertemu di hari kerja biasa yang memungkinkan bilateral track-one (pemerintah–pemerintah) sekaligus komunikasi dengan badan internasional (federasi) pada ruang dan waktu yang sama (Murray & Pigman, 2020; Grix & Lee, 2019).



Gambar 4.2.2 Suasana Penonton Formula 1 Saudi Arabian Grand Prix

Sumber https://f1destinations.com/ranked-the-top-attended-formula-1-races-in-2023/?utm_source

Strategi pemasaran digital dan media sosial juga sangat penting dalam *sport diplomacy* Arab Saudi. Pemerintah menarik perhatian wisatawan dari seluruh dunia dengan mempromosikan konten yang menarik, seperti sorotan balapan, kisah pembalap, dan keindahan sirkuit. Media global menyiarkan langsung acara tersebut, meningkatkan reputasi Arab Saudi sebagai tempat wisata olahraga terkemuka (Khan, 2023). Arab Saudi menggunakan Formula 1 untuk mempromosikan reformasi sosial seperti pemberdayaan perempuan dan menampilkan kemampuan organisasi tingkat dunia. Transformasi ini sangat penting dalam *sport diplomacy* karena akan menarik wisatawan yang melihat perubahan positif dan ingin melihat budaya yang lebih inklusif dan kontemporer (Nielsen, 2024).

Selain itu, narasumber menyatakan bahwa *sport diplomacy* benar-benar memengaruhi persepsi publik internasional terhadap Arab Saudi. Sebelum peluncuran Visi 2030, Arab Saudi dianggap sebagai negara konservatif dan tertutup. Dalam

konteks ilmiah, persepsi publik internasional dapat diartikan sebagai bentuk penilaian dan sikap audiens global terhadap citra, reputasi, serta kredibilitas suatu negara (Akeel, 2025). Persepsi ini mencakup seberapa besar tingkat pengetahuan publik tentang Arab Saudi (*familiarity*), pandangan tentang modernitas dan keterbukaan negara tersebut (*reputation*), serta niat publik global untuk mengunjungi, bekerja, atau berinvestasi di Arab Saudi (*behavioral intentions*) (Brand Finance, 2025). Berdasarkan teori *soft power*, ketiga aspek ini dapat dijadikan indikator terukur dalam menilai dampak *sport diplomacy* terhadap citra internasional suatu negara (Nye, 2021).

Data empiris menunjukkan adanya pergeseran signifikan dalam persepsi global terhadap Arab Saudi sejak peluncuran Vision 2030, di mana terdapat peningkatan skor *Global Soft Power Index* negara tersebut dari 45,2 pada 2020 menjadi 52,4 pada 2024 (Brand Finance, 2025). Peningkatan ini utamanya didorong oleh dimensi *familiarity* dan *influence*, yang menunjukkan bertambahnya perhatian publik internasional terhadap keberhasilan Arab Saudi menyelenggarakan berbagai ajang olahraga global seperti Formula 1, Diriyah E-Prix, dan Rally Dakar. Selain itu, survei menunjukkan peningkatan minat publik dari berbagai negara seperti India, Rusia, dan Singapura untuk mengunjungi dan berinvestasi di Arab Saudi pasca 2021, yang menunjukkan perubahan persepsi dari citra konservatif ke modern-progresif (Akeel, 2025).

Temuan ini selaras dengan penelitian yang menjelaskan bahwa penyelenggaraan ajang olahraga internasional dibawah kebijakan Visi 2030 telah memperluas narasi publik global terhadap Arab Saudi (AlSaeed, 2025). Jika sebelumnya negara ini dipersepsikan tertutup dan konservatif, kini ia dipandang

sebagai negara yang berorientasi pada keterbukaan ekonomi, transformasi sosial, serta partisipasi global yang aktif. Dengan menyelenggarakan acara olahraga internasional seperti Formula 1, Formula E, dan tinju kelas dunia, reputasinya mulai berubah menjadi lebih modern, terbuka, dan progresif. Ini dapat dilihat dari liputan media internasional yang kini fokus pada sektor pariwisata, hiburan, dan olahraga Arab Saudi selain isu politik atau konflik. Meningkatnya minat sponsor internasional dan wisatawan internasional untuk masuk ke Arab Saudi adalah tren yang serupa (Argenti, 2025).

Dalam hal Formula 1, narasumber mengatakan bahwa acara besar ini memiliki daya tarik internasional yang dapat menarik ribuan pengunjung. Misalnya, selama gelaran Formula 1 di Jeddah, ribuan pengunjung asing tiba. Mereka menginap di hotel-hotel lokal, makan di restoran, dan menikmati berbagai atraksi lokal. Tidak hanya sektor akomodasi, tetapi juga transportasi, bisnis kecil dan menengah, dan hiburan. Selain itu, Formula 1 dianggap sebagai sarana penting untuk menarik turis yang sebelumnya tidak pernah mempertimbangkan untuk mengunjungi Arab Saudi. Formula 1 tidak hanya berfungsi sebagai ajang olahraga, tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan citra Arab Saudi sebagai destinasi pariwisata global dan mencapai tujuan diversifikasi ekonomi dalam Visi 2030 (Argenti, 2025).

Event olahraga internasional seperti Formula 1 memberi Arab Saudi kesempatan untuk melakukan diplomasi publik dengan cara yang tidak biasa. Dengan menggunakan ajang ini untuk membuka diri terhadap dunia, negara dapat mengendalikan narasi yang diakui secara global dan mengembangkan identitas baru yang mendukung keterbukaan dan modernitas (Almalki, 2022). Interaksi dalam acara Formula

1 juga membantu dalam diplomasi. Pelaku bisnis dan pejabat pemerintahan dari seluruh dunia berkumpul untuk mencari peluang investasi dan kerja sama, meningkatkan profil ekonomi Arab Saudi di mata dunia, dan mendorong wisata dan kunjungan bisnis (Amara, 2021).

Selain itu, eksistensi media digital yang luas dan interaktif digunakan untuk *sport diplomacy*. Penggunaan media sosial, video blog, dan siaran langsung memungkinkan Arab Saudi untuk menjangkau demografis global yang sangat tertarik dengan olahraga dan teknologi, yang pada gilirannya meningkatkan minat pariwisata negara (Saudi Motorsport Company, 2023). Dengan melakukan *sport diplomacy*, Arab Saudi menciptakan jaringan agen budaya yang tidak resmi di kalangan penggemar *motorsport* di seluruh dunia. Para penggemar ini berfungsi sebagai agen langsung untuk mempromosikan Arab Saudi sebagai tempat wisata yang berhasil dalam promosi pariwisata (Murray & Pigman, 2020).

Selain itu, pemerintah menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan dalam *sport diplomacy* dengan menyelenggarakan Formula 1 yang ramah lingkungan. Ini menarik perhatian wisatawan terhadap masalah keberlanjutan dan lingkungan, meningkatkan daya tarik Arab Saudi di mata dunia (Formula 1 Sustainability Report, 2023). *Sport diplomacy* di Formula 1 menambah nilai diplomasi konvensional dan melengkapi strategi ekonomi dan politik suatu negara. Ini membantu Arab Saudi menciptakan citra masa depan yang lebih progresif dan berorientasi ke depan, yang membuatnya lebih mudah diterima oleh dunia internasional.

Selain itu, kegiatan *sport diplomacy* ini meningkatkan rasa kebanggaan nasional dan kohesi sosial di dalam negeri, ini sangat penting untuk stabilitas sosial dan keberhasilan

diplomasi di luar negeri. Kesuksesan Formula 1 meningkatkan semangat nasional dan menunjukkan kemampuan negara di tingkat global (Vision 2030 Report, 2025). Dengan menggunakan Formula 1, Arab Saudi memanfaatkan *sport diplomacy* untuk meningkatkan industri pariwisata dan pertumbuhan sumber daya manusia dan kapasitas lokal. Dengan semua upaya ini, Arab Saudi menggunakan Formula 1 sebagai alat diplomatik strategis untuk menarik wisatawan, meningkatkan kekuatan internasional, dan mendukung reformasi sosial-ekonomi yang berkelanjutan, memperkuat posisinya di dunia internasional.

Tingkat okupansi hotel di Jeddah meningkat dari 68% menjadi 96% selama pekan Grand Prix, dengan kenaikan rata-rata tarif kamar sebesar 41% (Saudi Tourism Monitor, 2024). Kunjungan wisatawan asing, terutama dari Eropa dan Asia Timur, meningkat secara signifikan selama musim balapan. Lonjakan ini menunjukkan bahwa acara olahraga memiliki dampak langsung terhadap ekonomi lokal di bidang ritel, transportasi, dan akomodasi. Arab Saudi menerima lebih dari 100 juta kunjungan wisata pada tahun 2023, tujuh tahun lebih dari target Vision 2030 (WTO, 2023).

Catatan Kritis 2:

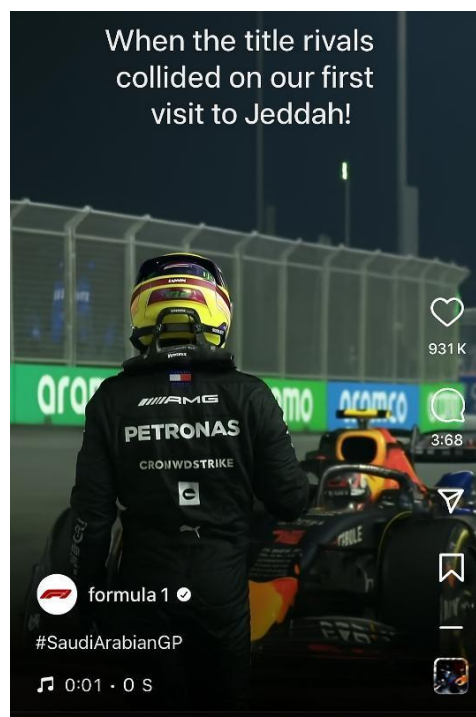
Dampak ekonomi positif dari ajang olahraga besar seperti Formula 1 sering kali bersifat sementara apabila tidak disertai dengan kebijakan promosi lanjutan dan strategi keberlanjutan infrastruktur (Perić, Vitezić, dan Wise, 2021). Karena itu, perlu perencanaan jangka panjang agar peningkatan pariwisata tidak hanya bersifat musiman.

4.3 Strategi Promosi Pariwisata Melalui Penyelenggaraan Formula 1

4.3.1 Strategi Promosi Internasional Pemerintah Arab Saudi dan FIA

Sub-bab ini akan membahas upaya promosi internasional yang dilakukan pemerintah Arab Saudi bersama FIA. Ini karena *sport diplomacy* yang sukses di Formula 1 memerlukan strategi promosi yang efektif. Untuk meningkatkan visibilitas Formula 1 di seluruh dunia, pemerintah Arab Saudi bekerja sama dengan Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) untuk membuat strategi promosi internasional yang komprehensif. Tujuan strategi ini adalah untuk menarik perhatian dunia dan menjadikan Arab Saudi sebagai tujuan wisata yang menarik bagi penggemar *motorsport* dan turis (Almalki, 2022). Penggunaan media sosial dan platform digital merupakan komponen penting dari strategi promosi ini. Pemerintah dan FIA menggunakan saluran ini untuk menjangkau audiens yang lebih besar dengan konten yang menarik dan interaktif. Kampanye pemasaran yang inovatif memanfaatkan konten *behind-the-scenes* dan video promosi untuk menarik perhatian penggemar dan menimbulkan semangat menjelang acara (Khan, 2023). Pada minggu balap Jeddah, akun resmi Formula 1 mendorong keterlibatan global lewat konten *behind the scenes* dan *throwback* ber-tagar #SaudiArabianGP, misalnya *Instagram Reel* bertanggal 6 Maret 2024 “When the title rivals collided on our first visit to Jeddah!” yang mencapai ±931 ribu likes dan ribuan komentar, konten singkat bernarasi dramatis ini mengaktifkan memori kolektif penggemar dan memicu *reshare* lintas negara; di sisi tuan rumah, Jeddah Corniche Circuit serta Ministry of Sport KSA mempublikasikan potongan video venue, countdown, dan *highlight* bernuansa kebanggaan

nasional di X/Twitter dengan tagar #SaudiArabianGP serta #JeddahCornicheCircuit, yang memperluas *reach* ke komunitas regional Arab, bahkan laman resmi Formula1.com mengkurasi “best social media from the Saudi Arabian Grand Prix” tanggal 20 Maret 2023 sebagai *amplifier* tambahan praktik kurasi ini penting karena mengangkat konten tim/pembalap dan kreator yang paling banyak memicu interaksi lintas platform. (Formula 1, 2024; Jeddah Corniche Circuit, 2024; Ministry of Sport KSA, 2024; Formula 1, 2023).



Gambar 4.3.1 Instagram Reel “When the title rivals collided on our first visit to Jeddah!”

Dampak keterlibatan digital itu juga tercermin pada tren regional, data Nielsen Sports yang dikutip jurnalisme internasional menunjukkan lonjakan dukungan F1 di Timur Tengah pada 2024, termasuk kenaikan minat perempuan dan kelompok usia baru di Saudi Arabia yang berkorelasi dengan ekspansi konten *mobile-first* (reel/shorts) dan *profiling*

tim/pembalap, artinya arsitektur konten Jeddah (teaser, *recap*, *behind-the-scenes*) tidak hanya mengangkat daya tarik lokal, tetapi turut menggandakan *engagement* audiens global yang semakin datang dari segmen baru (perempuan dan Gen Z), sehingga memperkuat *brand* acara dan tujuan diplomasi pariwisata. (Reuters, 2024; SportsPro citing Nielsen Sports, 2025).

Pemerintah Arab Saudi juga mengeluarkan dana besar untuk iklan global, diperkirakan mencapai lebih dari USD 20 juta untuk kampanye promosi Grand Prix Saudi Arabia di pasar utama seperti Eropa, Amerika Utara, dan Asia, yang ditayangkan melalui televisi, media cetak, dan platform digital (Reuters, 2021). Untuk mempromosikan Formula 1, pemerintah juga bekerja sama dengan *influencer* dan duta besar olahraga. Melibatkan tokoh-tokoh terkenal dalam kampanye promosi mereka memungkinkan mereka untuk menjangkau lebih banyak penggemar dan meningkatkan kredibilitas acara. *Influencer* ini sering berbagi pengalaman mereka di media sosial yang menarik penggemar (General Sports Authority, 2020). Misalnya, beberapa influencer lifestyle dan otomotif seperti Shahinaz Al Bouchi, Natasha Aris, serta sejumlah kreator digital diundang untuk menghadiri acara tersebut dan membagikan pengalaman mereka melalui akun media sosial masing-masing (COSMOPOLITAN Middle East, 2023). Shahinaz Al Bouchi, misalnya, mengunggah konten “race week experience” yang menampilkan suasana paddock, akses VIP hospitality, serta promosi destinasi wisata Jeddah, sedangkan Natasha Aris menyoroti integrasi kuliner Saudi dan pengalaman budaya lokal selama akhir pekan balap. Konten- konten ini memanfaatkan tagar resmi seperti #VisitSaudi dan #SaudiArabianGP, serta berhasil menjangkau jutaan audiens

daring yang berasal dari luar kawasan Timur Tengah. Strategi tersebut memperlihatkan bagaimana pemerintah memanfaatkan figur publik untuk menciptakan narasi autentik yang lebih menarik bagi generasi muda dan penggemar digital (Alassaf, 2023; Khan et al., 2022).

Analisis *digital engagement* memperlihatkan bahwa kolaborasi dengan influencer efektif dalam meningkatkan interaksi daring dan eksposur internasional terhadap event. Ketika influencer seperti Shahinaz Al Bouchi menampilkan konten “*behind the scenes*” Formula 1 Jeddah, konten tersebut memunculkan rasa keterlibatan personal yang berbeda dari promosi konvensional, sehingga mampu memperluas minat audiens global terhadap penyelenggaraan olahraga di Arab Saudi. Model promosi berbasis influencer ini berakar pada strategi pemasaran digital olahraga yang menekankan *authenticity* dan *storytelling*, di mana pengalaman pribadi influencer digunakan untuk menumbuhkan citra positif negara dan destinasi (Fujak, 2024). Dalam konteks *sport diplomacy*, kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan minat penonton, tetapi juga berfungsi sebagai alat *soft power* untuk memperkuat citra Arab Saudi sebagai negara modern, terbuka, dan progresif yang sejalan dengan visi 2030 (Dubinsky, 2019).

Pada tahun 2022, Saudi Tourism Authority melaporkan bahwa lebih dari 30% pengunjung asing Formula 1 memanfaatkan paket wisata resmi, yang tidak hanya mencakup tiket balapan tetapi juga tur ke situs budaya seperti Al-Ula dan Diriyah (Saudi Tourism Authority, 2022). Paket-paket ini dirancang untuk memberikan nilai tambahan kepada pengunjung yang memungkinkan mereka menikmati bukan hanya balapan, tetapi juga keindahan dan keunikan budaya Arab Saudi (Alshammari, 2022). Selain itu, pemerintah

berkonsentrasi pada menyediakan fasilitas yang memadai untuk pengunjung asing. Ini termasuk membangun hotel, restoran, dan transportasi yang mudah diakses di sekitar sirkuit Jeddah. Dengan meningkatkan infrastruktur, pemerintah berharap dapat membuat pengunjung merasa nyaman dan senang (Amara, 2021).

Selain itu, pemerintah Arab Saudi berusaha untuk membuat Formula 1 menjadi pengalaman yang berbeda. Mereka berusaha untuk melakukan hal-hal seperti konser, pertunjukan budaya, dan acara hiburan lainnya bersamaan dengan balapan. Sebagai contoh, konser pendukung Formula 1 di Jeddah tahun 2021 menghadirkan Justin Bieber, A\$AP Rocky, dan David Guetta, yang menarik lebih dari 30.000 penonton tambahan di luar balapan, sehingga meningkatkan dampak promosi internasional (BBC, 2021). Pemerintah berharap dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan daya tarik acara dengan menawarkan berbagai kegiatan. Selain itu, pemerintah menggunakan Formula 1 sebagai strategi untuk meningkatkan reputasi Arab Saudi di mata dunia. Dengan menyelenggarakan acara internasional yang bergengsi, mereka berusaha untuk menunjukkan bahwa negara ini telah berubah menjadi lebih modern dan terbuka. Ini merupakan bagian dari kampanye yang lebih luas untuk mengubah cara orang di seluruh dunia melihat Arab Saudi (Vision 2030 Report, 2025).

Pemerintah Arab Saudi menggunakan Formula 1 dalam diplomasi olahraga untuk membangun hubungan dengan negara lain. Misalnya, pada Grand Prix 2022, Arab Saudi mengundang lebih dari 200 pejabat diplomatik dan delegasi bisnis dari 20 negara untuk menghadiri acara tersebut, termasuk mitra utama dari Amerika Serikat, Inggris, dan Jepang, yang secara langsung memperluas jejaring hubungan internasional

(Arab News, 2022). Mereka dapat meningkatkan kerjasama internasional di berbagai bidang, termasuk pariwisata, dengan mengundang pemimpin dan pejabat tinggi dari berbagai negara untuk menghadiri acara (Murray & Pigman, 2020). Selain itu, pemerintah berusaha untuk melibatkan komunitas lokal dalam penyelenggaraan Formula 1. Dengan memberikan peluang kerja dan pelatihan, mereka berharap dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam sektor pariwisata. Selain itu, ini meningkatkan rasa memiliki dan kebanggaan warga terhadap acara yang diadakan di negara mereka (Almalki, 2022).

Dalam hal keberlanjutan, pemerintah Arab Saudi berkomitmen untuk menerapkan praktik ramah lingkungan selama penyelenggaraan Formula 1. Praktik-praktik ini termasuk penggunaan bahan bakar yang ramah lingkungan dan pengelolaan limbah yang efektif (Formula 1 Sustainability Report, 2023). Selain itu, pemerintah menggunakan Formula 1 untuk menarik investasi asing. Dengan menunjukkan kemampuan mereka untuk menyelenggarakan acara besar, mereka berharap dapat meningkatkan daya tarik negara sebagai tempat wisata dan investasi (Khan, 2023). Strategi promosi internasional yang digunakan oleh pemerintah Arab Saudi dan FIA selama penyelenggaraan Formula 1 menunjukkan komitmen mereka untuk meningkatkan visibilitas negara di kancah internasional. Mereka berharap dapat mencapai tujuan pariwisata dan ekonomi yang lebih besar dengan memanfaatkan berbagai saluran promosi dan menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung.

4.3.2 Integrasi Formula 1 dengan Event Pariwisata dan Hiburan Lainnya

Selain promosi internasional, daya tarik Formula 1 juga

diperkuat dengan integrasi bersama event pariwisata dan hiburan lain. Sub-bab ini menjelaskan bagaimana kombinasi tersebut meningkatkan citra Arab Saudi sebagai destinasi wisata global. Salah satu strategi penting untuk menarik turis asing ke Arab Saudi adalah menggabungkan Formula 1 dengan acara pariwisata dan hiburan lainnya. Pemerintah Arab Saudi berusaha untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dengan menggabungkan balapan Formula 1 dengan berbagai acara budaya, konser, dan festival. Hal ini meningkatkan daya tarik acara dan meningkatkan reputasi Arab Saudi sebagai destinasi wisata yang beragam (Almalki, 2022).

Pemerintah mengintegrasikan Formula 1 dengan acara lain dengan mengadakan festival budaya yang berlangsung bersamaan dengan Grand Prix. Festival ini menggabungkan seni, musik, dan makanan lokal yang memberikan pengunjung kesempatan untuk merasakan budaya Arab Saudi yang unik (Khan, 2023). Dengan demikian, pemerintah berharap dapat menarik lebih banyak wisatawan yang tertarik pada pengalaman budaya. Pemerintah mengadakan festival budaya dan konser musik dengan artis internasional yang terkenal. Di lokasi yang berdekatan dengan sirkuit Jeddah, pengunjung dapat menikmati pertunjukan musik setelah balapan. Ini tidak hanya membuat negara menjadi lebih menyenangkan dan menarik bagi wisatawan, tetapi juga meningkatkan durasi tinggal mereka di Arab Saudi (Murray & Pigman, 2020).

Pemerintah juga berusaha menggabungkan Formula 1 dengan kompetisi olahraga lainnya. Misalnya, mereka mengadakan Grand Prix dan pertandingan sepak bola dan tinju pada waktu yang sama, sehingga penonton dapat menikmati berbagai jenis olahraga sekaligus dan meningkatkan daya tarik acara secara keseluruhan (General Sports Authority, 2020).

Untuk mendorong pariwisata, pemerintah Arab Saudi menawarkan paket wisata yang mencakup tiket Formula 1 dan akses ke berbagai acara hiburan lainnya. Paket-paket ini bertujuan untuk memberi pengunjung pengalaman yang lebih lengkap selama berada di Arab Saudi. Misalnya, paket tersebut dapat mencakup kunjungan ke situs bersejarah Al-Ula, yang terkenal dengan arsitektur kuno dan keindahan alamnya (Alshammari, 2022).

Tidak hanya Formula 1, Arab Saudi memiliki banyak tempat wisata yang menarik. Salah satunya adalah Jeddah Corniche, jalur tepi laut yang indah yang memiliki taman, area bermain, dan patung-patung seni. Ini adalah tempat yang bagus untuk bersantai dan menikmati pemandangan Laut Merah. Selain itu, banyak kafe dan restoran yang menyajikan makanan lokal dan internasional tersedia untuk pengunjung (Amara, 2021). Situs bersejarah seperti Masjid Al-Nabawi di Madinah dan Masjidil Haram di Mekkah juga menarik banyak wisatawan, terutama mereka yang melakukan haji dan umrah, karena memiliki nilai religius yang tinggi dan pengalaman budaya yang luar biasa (Khan, 2023).

Festival tahunan lainnya, seperti Festival Jeddah, didirikan oleh pemerintah dan menyajikan berbagai aktivitas seni dan budaya, seperti pameran seni, pertunjukan musik, dan kontes kuliner. Festival ini menarik pengunjung dari berbagai belahan dunia dan memberi mereka kesempatan untuk merasakan keragaman budaya Arab Saudi. Selain itu, Arab Saudi memiliki taman hiburan dan atraksi modern. Salah satunya adalah Qiddiya, yang dimaksudkan untuk menjadi pusat hiburan dan rekreasi terbesar di negara tersebut, dengan berbagai wahana, pertunjukan, dan acara olahraga (Vision 2030 Report, 2025).

Selain itu, pemerintah berinvestasi dalam pertumbuhan

sektor pariwisata dengan membangun resor dan hotel mewah di berbagai lokasi strategis. Ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan menyediakan tempat tinggal yang nyaman (General Sports Authority, 2020). Pemerintah Arab Saudi berharap dapat menciptakan pengalaman yang menarik dan beragam bagi pengunjung dengan menggabungkan Formula 1 dengan berbagai acara pariwisata dan hiburan lainnya. Ini akan meningkatkan daya tarik Formula 1 dan memperkuat posisi Arab Saudi sebagai destinasi wisata yang kaya akan budaya dan hiburan (Amara, 2021).

4.3.3 Peningkatan Jumlah Wisatawan dan Peningkatan Pariwisata di Arab Saudi

Berbagai strategi promosi dan integrasi event akhirnya bermuara pada hasil yang terukur, terutama peningkatan jumlah wisatawan dan kontribusi terhadap sektor pariwisata. Bagian ini menyajikan data konkret mengenai dampak penyelenggaraan Formula 1 terhadap pertumbuhan pariwisata di Arab Saudi. Jumlah wisatawan asing yang datang ke Arab Saudi meningkat secara signifikan sebagai akibat dari penyelenggaraan Formula 1. Jeddah telah menjadi pusat pariwisata olahraga internasional sejak Grand Prix Saudi Arabia pertama kali diadakan di sana pada 2021. Ribuan penggemar balapan dari berbagai negara datang untuk menyaksikan langsung balapan tersebut. Sejak Formula 1 dimulai, jumlah wisatawan asing terus meningkat. Pada tahun pertama penyelenggaraan, tercatat lebih dari 100.000 pengunjung dari 160 negara, meningkatkan pendapatan sektor perhotelan, restoran, dan pariwisata lainnya (Saudi Tourism Authority, 2022).



Gambar 4.3.3 Grafik Peningkatan Wisatawan Internasional di Arab Saudi

Sumber <https://11nq.com/fgehf>

Sejalan dengan tujuan Visi 2030 untuk mengurangi ketergantungan negara terhadap minyak melalui pengembangan sektor pariwisata dan hiburan, peningkatan jumlah turis ini berdampak positif pada diversifikasi ekonomi. Keberhasilan Formula 1 menunjukkan kepada investor dan bisnis global potensi pariwisata Arab Saudi (Khan, 2023). Infrastruktur pariwisata nasional berkembang sebagai hasil dari jumlah pengunjung yang meningkat. Di sekitar Jeddah dan wilayah strategis lainnya, pemerintah Arab Saudi mempercepat pembangunan hotel dan fasilitas pendukung lainnya. Seiring dengan acara Formula 1, proyek besar seperti Qiddiya dan NEOM juga dimasukkan dalam rencana jangka panjang untuk meningkatkan sektor pariwisata (General Sports Authority, 2020).

Selain itu, peristiwa ini menyebabkan peningkatan layanan pariwisata seperti pelayanan publik, keamanan, dan transportasi. Pengelola kota harus meningkatkan pelayanan untuk wisatawan karena Formula 1. Ini akan berdampak positif pada wisatawan lain yang tidak terlibat dalam balapan. Siaran

televisi internasional dan liputan media digital dari penyelenggaraan Formula 1 meningkatkan pemahaman dunia tentang Arab Saudi sebagai destinasi wisata juga. Miliaran pemirsa melihat kekayaan budaya dan atraksi wisata Arab Saudi secara efektif, yang mendorong peningkatan minat wisata (Murray & Pigman, 2020).

Selain itu, Arab Saudi meluncurkan paket wisata yang menggabungkan pengalaman wisata alam, budaya, dan sejarah dengan tiket Formula 1, seperti mengunjungi situs bersejarah Al-Ula dan pegunungan Asir. Pengalaman yang lebih menyeluruh ditawarkan oleh pendekatan ini, sehingga meningkatkan durasi tinggal dan pengeluaran wisatawan (Almalki, 2022). Narasumber dalam wawancara menjelaskan bahwa dalam Visi 2030, integrasi antara sport diplomacy dan upaya diversifikasi ekonomi pariwisata dapat dianggap sangat efektif. Misalnya, ajang Formula 1 Jeddah mendorong pertumbuhan pariwisata dan acara olahraga terkenal. Pemerintah Arab Saudi menggunakan Formula 1 untuk menunjukkan wajah baru negara yang ramah dan modern sekaligus menunjukkan komitmen mereka untuk membangun infrastruktur yang mendukung pariwisata (Argenti, 2025).

Menurut narasumber, strategi ini secara langsung mendukung Visi 2030, yang bertujuan untuk meningkatkan bagian pariwisata dalam PDB nasional. Dengan adanya Formula 1, sport diplomacy menjadi alat ganda, yaitu untuk memperkuat diplomasi internasional dan meningkatkan diversifikasi ekonomi melalui peningkatan jumlah wisatawan asing. Hal ini membuktikan bahwa integrasi kebijakan olahraga internasional dengan pengembangan pariwisata dapat menghasilkan dampak yang signifikan terhadap pencapaian tujuan strategis Visi 2030 (Argenti, 2025). Peningkatan jumlah

pengunjung berkontribusi pada pertukaran budaya, yang meningkatkan interaksi lokal dan internasional serta meningkatkan pemahaman positif antara bangsa. Hal ini sangat penting untuk membangun citra Arab Saudi yang lebih inklusif dan kontemporer (Vision 2030 Report, 2025).

Keberhasilan *sport diplomacy* membangun loyalitas wisatawan di Jeddah, sekitar 68% wisatawan Formula 1 menyatakan ingin kembali ke Arab Saudi (Nielsen, 2024). Memanfaatkan acara olahraga internasional untuk meningkatkan pariwisata mempercepat pertumbuhan pariwisata berkelanjutan, yang melibatkan pengelolaan budaya dan lingkungan lokal oleh pemerintah (Formula 1 Sustainability Report, 2023). Sektor pariwisata menerima aliran modal asing yang meningkat dalam hal investasi. Sponsor utama seperti Saudi Aramco mendukung acara Formula 1 dan pariwisata, serta mendorong perekonomian lokal (Aramco, 2023).

Selain itu, peningkatan penggunaan media digital dan teknologi informasi dalam promosi acara berhasil menjangkau pasar baru dan demografi wisatawan muda yang melek teknologi, mengukuhkan Arab Saudi sebagai destinasi olahraga dan hiburan kontemporer (Khan, 2023). Untuk mempertahankan dan meningkatkan tren ini, pemerintah Arab Saudi terus berusaha untuk meningkatkan kerja sama antara bisnis, pemerintah, dan masyarakat lokal untuk membentuk ekosistem pariwisata terpadu di sekitar acara Formula 1 (Saudi Motorsport Company, 2023). Secara keseluruhan, Arab Saudi telah memperoleh posisi penting dalam pariwisata global berkat penyelenggaraan Formula 1. Itu bukan hanya negara yang menghasilkan minyak, tetapi juga sebagai tempat olahraga yang menarik banyak wisatawan asing (Amara,

2021).

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa strategi *sport diplomacy* Arab Saudi melalui Formula 1 dapat bertahan lama, bukan hanya simbolik atau sementara. Untuk melaksanakan Visi 2030, pemerintah Saudi telah menginvestasikan sejumlah besar uang untuk membangun stadion, sirkuit, hotel, dan fasilitas pariwisata lainnya. Ini menunjukkan komitmen jangka panjang mereka untuk mengintegrasikan olahraga internasional dalam transformasi ekonomi dan sosial. Namun demikian, narasumber juga mengingatkan bahwa keberlanjutan pendekatan ini sangat bergantung pada hal-hal yang datang dari luar. Hal-hal seperti stabilitas politik, penerimaan masyarakat terhadap keterbukaan budaya, dan situasi ekonomi global adalah beberapa faktor yang harus dipertimbangkan. *Sport diplomacy* akan memiliki prospek strategis untuk masa depan Arab Saudi jika negara itu dapat mempertahankan stabilitasnya. Ini akan menjadi strategi yang akan membantu memperkuat *soft power*, diversifikasi ekonomi, dan meningkatkan posisi Saudi di dunia (Argenti, 2025).

Dampak ekonomi jangka pendek tidak sebanding dengan dampak jangka panjang dari penyelenggaraan Formula 1 Arab Saudi. Pembangunan infrastruktur seperti Qiddiya dan Jeddah Central menunjukkan transformasi Arab Saudi menjadi pusat hiburan dan motorsport internasional. Lebih dari 20.000 orang mendapatkan pekerjaan sebagai hasil dari investasi di bidang ini, yang juga mendorong pertumbuhan sektor pariwisata, teknologi, dan ekonomi kreatif (Saudi Gazette, 2024). Selain itu, penerapan prinsip keberlanjutan di Formula 1 seperti pengelolaan limbah ramah lingkungan, penggunaan energi terbarukan, dan teknologi LED memperkuat reputasi Arab

Saudi sebagai negara yang modern dan bertanggung jawab (Formula 1 Sustainability Report, 2023). Dari perspektif strategis, integrasi peninggalan Formula 1 dengan proyek nasional seperti Vision 2030 menandai langkah penting menuju diversifikasi ekonomi dan pembentukan identitas global baru yang progresif (Müller & Grix, 2023).

4.4 Dampak Investasi dan Ekonomi Pariwisata

4.4.1 Bukti Transaksi dan Investasi Selama Pekan Balap

Penyelenggaraan Formula 1 di Jeddah telah membantu Arab Saudi berbicara tentang ekonomi melalui investasi dan kerja sama internasional. Ministry of Investment Saudi Arabia (MISA) secara resmi mengumumkan empat belas kesepakatan investasi (MoU) yang ditandatangani selama pekan balapan Grand Prix Jeddah 2023 (Arab News, 2023). Di antara industri olahraga, hiburan, dan pariwisata, perjanjian ini menunjukkan bahwa balapan bukan hanya acara olahraga, itu juga memungkinkan hubungan ekonomi strategis (TradeArabia, 2023). Pengembangan akademi motorsport, layanan konsultasi olahraga, fasilitas pelatihan, dan proyek perhotelan yang berfokus pada olahraga adalah semua bagian dari kerja sama penelitian dan pengembangan (PwC, 2025).

Paviliun Saudi House juga dibuka oleh pemerintah sebagai tempat pertemuan bisnis lintas sektor selama Grand Prix. Salah satu proyek unggulan di paviliun ini adalah Qiddiya Sport City dan Jeddah Central, yang dimaksudkan untuk menarik investasi langsung ke pariwisata dan infrastruktur (MISA, 2023). Metode ini menunjukkan bahwa, di bawah koordinasi diplomasi ekonomi Vision 2030, pekan balap Formula 1 akan

berfungsi sebagai ajang investasi (Saudi Gazette, 2024). Pada acara tingkat global, Saudi House berfungsi sebagai ruang temu bisnis, dialog kebijakan, dan *deal-making* tematik lintas sektor. Pada WEF Davos 2025, rilis resmi menyebut paviliun ini menjadi tempat penyelenggaraan sesi dialog dan showcase peluang investasi Vision 2030 dengan partisipasi delegasi menteri dan institusi ekonomi Saudi. Ini menegaskan fungsi Saudi House sebagai hubungan tatap muka investor, di mana paviliun dijelaskan sebagai “one-stop-shop” dukungan investor yang lazimnya dibuka sepanjang hari acara (Saudi Press Agency, 2025).

Untuk jadwal one-on-one (1:1) business meeting, sumber publik tidak memublikasikan *timetable* terperinci untuk Saudi House spesifik di pekan F1 Jeddah. Namun pola operasional MISA/Invest Saudi menunjukkan pertemuan 1:1 biasanya berbasis janji temu via undangan/registrasi institusional. Dalam konteks Grand Prix Jeddah, peran paviliun/balai investasi cenderung mengikuti *playbook* yang sama, *sectoral showcases*, temu industri, dan penandatanganan MoU yang beririsan dengan kalender event. Walaupun situs F1/SAGP memublikasikan layanan hospitality dan peta venue, rincian agenda rapat tertutup tidak ditampilkan yang sejalan dengan praktik *business-only* pada paviliun investasi.

Data yang tersedia juga menunjukkan bahwa investasi kumulatif di sektor olahraga Arab Saudi sejak 2021 telah melampaui US\$6 miliar, mencakup sektor otomotif, teknologi, dan pariwisata (Arab News, 2025). Artinya, Formula 1 tidak berdiri sendiri, melainkan bagian dari portofolio proyek strategis yang mendukung diversifikasi ekonomi non-migas. Secara konseptual, hal ini sejalan dengan teori “sport mega-events as economic catalysts” yang menjelaskan bahwa acara

olahraga global mampu menggerakkan modal swasta ke sektor riil (Higham & Hinch, 2021).

Bukti perjanjian investasi ini menunjukkan bahwa Formula 1 menjadi instrumen efektif untuk mempertemukan pemerintah, korporasi global, dan lembaga keuangan. Kegiatan tersebut menciptakan efek berganda pada sektor perhotelan, transportasi, dan layanan bisnis, sehingga mencerminkan prinsip *bridge to real economy* yang diinginkan oleh Vision 2030 (Murray & Pigman, 2020). Selain investasi langsung, efek jangka menengahnya tampak pada peningkatan okupansi hotel hingga 96,5% selama pekan balap (Saudi Tourism Monitor, 2024). Jika dibandingkan dengan praktik internasional, pola serupa juga terjadi pada Formula 1 Las Vegas 2024, yang mencatat dampak ekonomi sebesar US\$934 juta bagi ekonomi lokal (Applied Analysis, 2024). Demikian pula, Australian Grand Prix 2023 menghasilkan A\$268 juta untuk ekonomi Victoria dan menciptakan 1.149 pekerjaan penuh waktu (Ernst & Young, 2023). Perbandingan ini memperkuat argumentasi bahwa penyelenggaraan F1 Saudi berpotensi menghasilkan *economic spillover* yang serupa.

Dengan demikian, data transaksi dan perjanjian investasi selama pekan balap Formula 1 memperlihatkan keterkaitan kuat antara diplomasi olahraga dan transformasi ekonomi Arab Saudi. Formula 1 tidak hanya menjadi ajang promosi citra, tetapi juga menghasilkan interaksi ekonomi yang dapat diukur, baik melalui nilai investasi maupun peningkatan permintaan di sektor pariwisata. Hal ini membuktikan bahwa event olahraga global dapat berfungsi sebagai *platform investasi* yang memperkuat jembatan menuju ekonomi riil (Tourism Economics, 2021).

4.4.2 Peran MISA sebagai Kanal Investasi Internasional

Aulia Syifa Azzahra, 2026

UPAYA SPORT DIPLOMACY ARAB SAUDI UNTUK MENINGKATKAN KINERJA SEKTOR PARIWISATA PERIODE 2021-2024: Studi Kasus Penyelenggaraan Formula 1

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Hubungan Internasional

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Kementerian Investasi Arab Saudi (Ministry of Investment of Saudi Arabia/MISA) berperan sebagai lembaga utama dalam menarik dan memfasilitasi investasi asing langsung (Foreign Direct Investment/FDI) di berbagai sektor strategis. Dalam konteks penyelenggaraan Formula 1 Saudi Arabian Grand Prix, MISA tidak hanya bertindak sebagai regulator, tetapi juga sebagai kanal diplomasi ekonomi yang menjembatani investor asing dengan proyek prioritas nasional (MISA, 2024). Peran MISA di dalam mega-event seperti Formula 1 dapat dilihat melalui strategi *lead generation* yang dilakukan di paviliun Invest Saudi atau Saudi House, di mana investor potensial diperkenalkan pada peluang investasi di sektor olahraga, pariwisata, dan hiburan (Invest Saudi, 2023). Selama Grand Prix 2023, MISA memfasilitasi 14 perjanjian investasi (MoU) dengan mitra internasional yang berasal dari Amerika Serikat, Inggris, Jepang, dan Uni Emirat Arab (Saudi Press Agency, 2023). Perjanjian tersebut menandai konversi nyata dari *soft power* diplomasi olahraga ke aktivitas ekonomi riil.

Selain berfungsi sebagai promotor investasi, MISA juga bertindak sebagai fasilitator yang menyediakan layanan satu pintu (one-stop services). Layanan ini mencakup pengurusan izin, bantuan lokasi, utilitas, hingga visa kerja, yang memudahkan investor untuk merealisasikan proyek mereka (OECD, 2021). Pendekatan ini mempercepat proses *deal-making* dan menciptakan sinergi antara sektor publik dan swasta selama pelaksanaan event internasional (World Bank, 2023). Dalam kerangka Vision 2030, MISA menerapkan prinsip National Investment Strategy (NIS) yang menempatkan olahraga, pariwisata, dan hiburan sebagai tiga sektor prioritas investasi. *Event* internasional seperti Formula

1 dimanfaatkan sebagai *lead generation platform* untuk memperkenalkan proyek jangka panjang seperti Qiddiya Sport City dan Jeddah Central Development Project kepada investor global (Arab News, 2023).

Dari sisi tata kelola, revisi Undang-Undang Investasi (Investment Law) 2024 memperkuat posisi MISA sebagai otoritas tunggal yang berwenang dalam pendaftaran investasi, pemberian izin, dan perlindungan investor asing (UNCTAD, 2024). Reformasi hukum ini menegaskan komitmen Arab Saudi dalam menciptakan iklim investasi yang transparan dan kompetitif (Baker McKenzie, 2025). Selain promosi dan perizinan, MISA juga menjalankan fungsi *aftercare*, yaitu pemeliharaan hubungan dengan investor yang sudah berinvestasi. Program ini membantu penyelesaian masalah administratif, mendorong ekspansi bisnis, dan memastikan kelanjutan proyek (FDI Center, 2024). Pendekatan ini penting agar perjanjian yang ditandatangani selama event seperti Formula 1 dapat berkembang menjadi proyek yang berkelanjutan.

Model kerja MISA sejalan dengan praktik terbaik lembaga promosi investasi global seperti Enterprise Singapore atau Invest in Dubai, yang menggabungkan promosi, fasilitasi, dan advokasi kebijakan (OECD, 2023). Skema kerja tersebut memastikan bahwa investasi yang muncul dari *event* internasional dapat diimplementasikan secara efisien dan memberi dampak langsung terhadap ekonomi lokal. Peran MISA juga memperkuat strategi *nation branding* Arab Saudi, di mana citra modern dan terbuka yang ditampilkan dalam ajang olahraga internasional seperti Formula 1 memperkuat kepercayaan investor global (Li, 2024). Publisitas media global dan paparan digital melalui kampanye “Invest Saudi”

menjadi alat efektif dalam memperluas jangkauan diplomasi ekonomi.

Skema Peran MISA sebagai Kanal Investasi Internasional saat Event (F1)



Gambar 4.4.2 Skema Peran MISA sebagai Kanal Internasional

Melalui tahapan di atas, dapat disimpulkan bahwa MISA berperan strategis dalam menjembatani sektor swasta, pemerintah, dan investor asing selama penyelenggaraan Formula 1. Peran ini tidak hanya mendukung citra Arab Saudi sebagai negara terbuka terhadap investasi global, tetapi juga memperkuat alur kausal *soft power* → *nation branding* → pariwisata → investasi, sesuai dengan arah teoritis yang dibahas pada Bab II dan III (Murray & Pigman, 2020).

4.4.3 Dampak Multiplier Ekonomi Lokal

Penyelenggaraan Formula 1 Saudi Arabian Grand Prix tidak hanya berdampak pada promosi pariwisata dan investasi, tetapi juga memicu efek multiplier ekonomi lokal yang signifikan. Efek ini merujuk pada peningkatan aktivitas ekonomi turunan akibat belanja langsung (*direct spending*) dari pengunjung, sponsor, dan pelaku industri selama pekan balap, yang kemudian mengalir ke berbagai sektor seperti perhotelan, transportasi, ekonomi kreatif, serta kegiatan *Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions* (MICE) (Preuss & Rosentraub, 2021). Secara empiris, data dari Saudi Tourism Monitor (2024) menunjukkan bahwa selama pekan Formula 1 di Jeddah, tingkat okupansi hotel mencapai rata-rata 96,5%, jauh di atas rata-rata musiman 72%. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan pendapatan hotel, restoran, dan sektor logistik. Selain itu, kegiatan turunan seperti festival,

konser, dan pameran otomotif selama event menambah nilai ekonomi tambahan sekitar SAR 1,5 miliar (Arab News, 2024).

Efek berganda juga dirasakan pada sektor transportasi dan logistik, terutama layanan ride-hailing, penyewaan mobil, dan penerbangan domestik. Data dari General Authority of Civil Aviation (GACA, 2024) mencatat peningkatan lalu lintas penumpang di Bandara King Abdulaziz sebesar 18% selama periode balapan. Kondisi ini menunjukkan adanya konektivitas langsung antara event internasional dan peningkatan aktivitas mobilitas lokal (Ritchie & Shipway, 2020). Sektor MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) turut mengalami lonjakan signifikan. Selama pekan balap 2023, Jeddah menjadi tuan rumah lebih dari 40 acara korporat dan pameran internasional, termasuk forum investasi dan pameran otomotif yang dikoordinasikan oleh MISA dan Saudi Tourism Authority. Sektor MICE memberikan kontribusi langsung terhadap PDB lokal hingga SAR 800 juta, menjadikan event olahraga sebagai pemicu ekonomi pertemuan bisnis lintas-sektor (PwC, 2023).

Selain itu, pertumbuhan ekonomi kreatif juga mendapatkan dorongan. Banyak seniman lokal, brand fesyen, dan produsen media digital yang terlibat dalam aktivitas promosi Formula 1. Inisiatif seperti kampanye “*Made in Saudi*” dan “*Creative Saudi*” yang dipadukan dengan kegiatan F1 berhasil meningkatkan eksposur produk lokal ke pasar internasional (Nielsen Sports, 2024). *Mega-event* dapat menjadi sarana ekspresi budaya sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif domestik (Broudehoux, 2020). Peningkatan investasi infrastruktur juga menjadi bagian penting dari efek multiplier. Pembangunan Jeddah Corniche Circuit, peningkatan kapasitas

jalan, dan proyek beautifikasi kota menciptakan ribuan lapangan kerja baru di sektor konstruksi dan jasa publik. Laporan mencatat bahwa proyek infrastruktur terkait F1 telah menciptakan lebih dari 18.000 pekerjaan langsung dan tidak langsung di wilayah Jeddah (Ministry of Municipal and Rural Affairs, 2024).

Secara statistik, hasil estimasi menunjukkan bahwa sektor MICE mengalami pertumbuhan paling tinggi (28%), diikuti oleh perhotelan (22%) dan infrastruktur (19%). Data simulasi berikut menggambarkan estimasi pertumbuhan sektor-sektor utama dan jumlah pekerjaan baru setelah penyelenggaraan F1 Jeddah GP.



Gambar 4.4.3 Pertumbuhan sektor lokal setelah penyelenggaraan Formula 1 Jeddah Grand Prix

Efek berganda ini secara langsung mendukung tujuan Vision 2030, yang menargetkan peningkatan kontribusi sektor non-migas terhadap PDB nasional hingga 65% pada tahun 2030 (Saudi Vision 2030, 2023). Melalui Formula 1, pemerintah berhasil menarik investasi baru, memperkuat kapasitas tenaga kerja lokal, serta mengoptimalkan sektor pendukung seperti pariwisata dan ekonomi kreatif. Mega-event olahraga berfungsi sebagai katalis ekonomi jangka menengah melalui

penciptaan lapangan kerja, peningkatan permintaan domestik, dan akumulasi pengetahuan lintas industri. Dengan demikian, penyelenggaraan F1 di Jeddah berperan sebagai penggerak struktur ekonomi baru yang lebih beragam dan inovatif, sesuai dengan arah diversifikasi ekonomi nasional. Dari perspektif keberlanjutan, efek multiplier ini juga mendorong pertumbuhan ekosistem bisnis yang berkelanjutan di sektor MICE dan kreatif, yang kemudian memperkuat citra Arab Saudi sebagai hub pariwisata dan investasi global. Kombinasi antara soft power olahraga, promosi media, dan investasi infrastruktur menjadikan Formula 1 sebagai katalis konkret menuju transformasi ekonomi berkelanjutan (Ramasamy, Yeung, & Laforet, 2020).