

ABSTRAK

Arab Saudi menghadapi tekanan ganda berupa kerentanan ekonomi akibat penurunan harga minyak global dan citra konservatif di mata internasional, khususnya terkait posisi perempuan dalam ruang publik. Penelitian ini mengkaji upaya nation branding Arab Saudi melalui kerja sama dengan World Wrestling Entertainment (WWE) sepanjang tahun 2018 hingga 2024 dalam kerangka Saudi Vision 2030, dengan menyoroti representasi perempuan sebagai simbol keterbukaan dan reformasi sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik studi dokumen, dianalisis melalui tiga kerangka konseptual, yaitu soft power Joseph Nye, nation branding heksagon Simon Anholt, dan performativitas Judith Butler. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WWE berfungsi sebagai instrumen nation branding multidimensi yang mengaktifkan dimensi budaya dan warisan, pariwisata, investasi dan imigrasi, pemerintahan, serta warga negara dalam Nation Brand Hexagon secara bersamaan. Representasi perempuan berkembang secara eskalatif dari pertandingan perempuan pertama di Crown Jewel 2019 hingga penciptaan WWE Women's Crown Jewel Championship di Crown Jewel 2024, dipahami sebagai praktik performatif yang konsisten mengakumulasi makna mengenai Arab Saudi sebagai negara yang sedang menjalani reformasi sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Arab Saudi memanfaatkan karakteristik unik sports entertainment sebagai arena simbolik untuk memproyeksikan narasi modernitas dan keterbukaan kepada jutaan penonton global, sebagai bagian dari strategi penguatan soft power dalam kerangka Saudi Vision 2030.

Kata Kunci: *Nation Branding*, *Soft Power*, Performativitas, WWE, *Saudi Vision 2030*, Representasi Perempuan

ABSTRACT

Saudi Arabia faces dual pressure from economic vulnerability caused by declining oil prices and a conservative international image regarding women's position in public spaces. This research examines Saudi Arabia's nation branding through its partnership with World Wrestling Entertainment (WWE) from 2018 to 2024 within Saudi Vision 2030, highlighting women's representation as a symbol of openness and social reform. The research uses a qualitative approach with document study techniques, analyzed through three frameworks: Joseph Nye's soft power, Simon Anholt's nation branding hexagon, and Judith Butler's performativity. The findings show that WWE functions as a multidimensional nation branding instrument, simultaneously activating the culture and heritage, tourism, investment and immigration, governance, and people dimensions of the Nation Brand Hexagon. Women's representation escalated from the first women's match at Crown Jewel 2019 to the creation of the WWE Women's Crown Jewel Championship at Crown Jewel 2024, understood as a performative practice that consistently accumulates meaning about Saudi Arabia as a nation undergoing social reform. This research concludes that Saudi Arabia leverages sports entertainment as a symbolic arena to project a narrative of modernity and openness to millions of global viewers, as part of its strategy to strengthen soft power within Saudi Vision 2030.

Keywords: Nation Branding, Soft Power, Performativity, WWE, Saudi Vision 2030, Women's Representation