

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Arab Saudi memanfaatkan kerja sama dengan World Wrestling Entertainment sepanjang tahun 2018 hingga 2024 sebagai instrumen nation branding dalam kerangka Saudi Vision 2030, dengan representasi perempuan sebagai simbol utama keterbukaan dan reformasi sosial negara tersebut. Temuan ini menegaskan relevansi teori nation branding Simon Anholt, khususnya dimensi people dan governance dalam Nation Brand Hexagon, yang menunjukkan bahwa citra suatu negara tidak hanya dibentuk melalui kebijakan ekonomi atau diplomasi konvensional, melainkan juga melalui representasi sosial yang ditampilkan secara visual dan emosional kepada audiens global. Kehadiran atlet perempuan Saudi dalam ajang WWE, yang sebelumnya mustahil terjadi akibat pembatasan sosial dan hukum domestik, berfungsi sebagai penanda transformasi yang dikomunikasikan secara strategis untuk membentuk persepsi internasional bahwa Arab Saudi tengah bergerak menuju masyarakat yang lebih inklusif. Dengan demikian, kerja sama olahraga hiburan ini tidak dapat dipahami semata sebagai kesepakatan komersial, melainkan sebagai bagian dari strategi soft power yang lebih luas untuk mereposisi citra Arab Saudi di panggung global, sejalan dengan agenda diversifikasi dan modernisasi yang diusung Vision 2030.

Kerja sama antara Arab Saudi dan WWE tidak muncul dalam ruang kosong. Penurunan harga minyak global pada periode 2014 hingga 2016 mengungkap kerentanan struktural perekonomian Arab Saudi yang terlalu bergantung pada sektor hidrokarbon, mendorong pemerintah meluncurkan Saudi Vision 2030 sebagai kerangka diversifikasi ekonomi jangka panjang. Namun keberhasilan agenda tersebut sangat bergantung pada kemampuan Arab Saudi menarik investor asing, wisatawan internasional, dan mitra global yang menjadikan citra internasional negara sebagai faktor penentu. Selama beberapa dekade, Arab Saudi secara konsisten dipersepsikan sebagai negara yang konservatif dan membatasi ruang gerak perempuan dalam kehidupan publik, sebuah citra

yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan-tujuan ekonomi Saudi Vision 2030. Oleh karena itu, transformasi ekonomi yang direncanakan pemerintah Arab Saudi memerlukan transformasi citra yang mampu mengkomunikasikan perubahan kepada audiens eksternal secara efektif.

Dalam konteks inilah kerja sama Arab Saudi dengan WWE memiliki signifikansi strategis yang melampaui dimensi bisnis semata. Berbeda dengan instrumen *nation branding* lainnya seperti *Saudi Pro League*, Formula 1 Grand Prix, dan *Esports World Cup* yang terutama menonjolkan kapasitas ekonomi dan modernisasi teknologi, WWE menawarkan ruang untuk mengkomunikasikan pesan mengenai transformasi sosial melalui format *sports entertainment* yang menjadikan narasi, karakter, dan representasi sosial sebagai elemen utama pertunjukan. Melalui kerangka *Nation Branding* heksagon Anholt, penelitian ini menunjukkan bahwa WWE bekerja secara multidimensi dengan mengaktifkan dimensi budaya dan warisan, pariwisata, pemerintahan, investasi, serta warga negara secara bersamaan dalam satu platform yang terintegrasi. Penyelenggaraan *Greatest Royal Rumble* 2018 yang dihadiri 60 ribu penonton, kerja sama jangka panjang yang diperpanjang hingga 2027, serta pernyataan resmi kedua belah pihak yang mengaitkan kemitraan dengan Saudi Vision 2030 secara keseluruhan mengkonfirmasi bahwa WWE diposisikan sebagai instrumen kebijakan yang terkoordinasi, bukan sekadar transaksi bisnis hiburan.

Elemen paling strategis dari kerja sama tersebut terletak pada representasi perempuan yang ditampilkan dalam setiap penyelenggaraan acara WWE di Arab Saudi. Melalui konsep performativitas Judith Butler, penelitian ini mengungkap bahwa representasi perempuan dalam *acara* WWE tidak sekadar mencerminkan perubahan sosial yang sedang berlangsung, melainkan secara aktif memproduksi dan mengakumulasi makna baru mengenai identitas Arab Saudi melalui proses reiterasi yang konsisten. Dimulai dari kemandirian perempuan Arab Saudi sebagai penonton di *Greatest Royal Rumble* 2018, pertandingan perempuan pertama di Crown Jewel 2019, billboard pertama menampilkan pegulat perempuan di *Elimination Chamber* 2022, pertandingan gelar perempuan berprofil tinggi di Crown Jewel 2022, hingga penciptaan *WWE Women's Crown Jewel Championship* di Crown Jewel 2024, setiap momen

mengutip dan memperkuat representasi sebelumnya. Proses reiterasi yang berlangsung secara eskalatif selama lima tahun ini secara konsisten mengakumulasi makna mengenai Arab Saudi sebagai negara yang secara progresif semakin terbuka terhadap kehadiran dan peran aktif perempuan dalam ruang publik internasional.

Penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah implikasi konkret yang dihasilkan dari representasi perempuan dalam acara WWE sepanjang periode 2018 hingga 2024. Pada tingkat institusional, pengaturan mengenai kostum dan tata panggung yang pertama kali diterapkan pada 2019 melembaga menjadi formula representasi baku yang terus direplikasi pada penyelenggaraan berikutnya. Pada tingkat kemitraan internasional, trajektori representasi yang konsisten tersebut turut mendasari meningkatnya kepercayaan WWE terhadap Arab Saudi, yang tercermin dari perpanjangan kerja sama hingga 2027 serta pengumuman Riyadh Season sebagai tuan rumah WrestleMania pada tahun yang sama. Pada tingkat resepsi domestik, representasi ini menghasilkan efek balik berupa tumbuhnya basis penggemar Arab Saudi sendiri, termasuk perempuan dan keluarga, yang sebelumnya tidak memiliki ruang partisipasi serupa. Pada tingkat resonansi personal, kesaksian para pegulat yang terlibat langsung dalam acara tersebut menunjukkan bahwa representasi yang dikelola secara strategis oleh negara tetap mampu menghasilkan dampak emosional yang genuine. Dengan demikian, Arab Saudi tidak memproyeksikan citra negara yang telah sepenuhnya bertransformasi, melainkan citra negara yang sedang dalam proses transformasi yang terencana dan terkelola, sebuah narasi yang terbukti menghasilkan implikasi nyata pada berbagai tingkat, mulai dari kelembagaan domestik hingga kepercayaan mitra global.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kerja sama Arab Saudi dengan WWE dalam kerangka Saudi Vision 2030 merupakan strategi *nation branding* yang efektif karena mampu memanfaatkan karakteristik unik *sports entertainment* sebagai medium komunikasi citra yang bersifat emosional dan kultural. Melalui representasi perempuan sebagai praktik performatif yang diulang secara konsisten, Arab Saudi berhasil mengkomunikasikan narasi reformasi sosial kepada jutaan penonton global bukan melalui klaim verbal, melainkan melalui bukti visual yang dapat disaksikan dan dirasakan langsung. Strategi ini menunjukkan bagaimana negara-negara yang

menghadapi tantangan reputasional dapat memanfaatkan budaya populer global sebagai arena negosiasi identitas nasional yang efektif dalam sistem internasional kontemporer.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dipaparkan, berikut diajukan saran yang ditujukan kepada dua kelompok, yaitu saran akademis untuk pengembangan kajian ilmu hubungan internasional dan saran praktis bagi pengambil kebijakan serta pelaku industri yang relevan.

5.2.1 Saran Akademis

Pertama, penelitian ini merekomendasikan perluasan kajian mengenai budaya populer sebagai instrumen hubungan internasional, khususnya dalam konteks *nation branding* negara-negara non-Barat yang sedang menjalani transisi sosial dan ekonomi. Mayoritas literatur *nation branding* masih didominasi studi kasus negara-negara Eropa dan Asia Timur, sementara fenomena di kawasan Timur Tengah masih relatif jarang dikaji secara mendalam dari perspektif teoritis yang komprehensif. Kajian yang lebih beragam secara geografis akan memperkaya pemahaman mengenai bagaimana *nation branding* beradaptasi dengan konteks politik dan budaya yang berbeda dari konteks Barat yang dominan dalam literatur yang ada.

Kedua, penelitian ini merekomendasikan pengembangan kerangka analitis lintas disiplin yang lebih sistematis dalam kajian *nation branding*. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep performativitas Butler yang berasal dari gender studies dapat memberikan kontribusi analitis yang signifikan ketika diterapkan dalam kajian hubungan internasional, menghasilkan pemahaman yang lebih kaya mengenai bagaimana citra negara diproduksi melalui representasi simbolik. Integrasi semacam ini perlu terus dikembangkan agar kajian *nation branding* mampu menangkap kompleksitas fenomena komunikasi citra negara di era globalisasi dengan lebih presisi.

Ketiga, penelitian ini merekomendasikan perlunya penelitian lanjutan yang meneliti sisi penerimaan dari proses *nation branding* melalui *sports entertainment*, termasuk bagaimana perempuan Arab Saudi sendiri memaknai kehadiran mereka dalam acara WWE sebagai bagian dari proses transformasi nasional. Penelitian mengenai persepsi audiens melalui survei, wawancara mendalam, atau analisis media sosial akan melengkapi pemahaman mengenai efektivitas sesungguhnya dari strategi yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dampak riil dari representasi simbolik yang dianalisis.

5.2.2 Saran Praktis

Pertama, bagi pemerintah Arab Saudi, penelitian ini menyarankan agar strategi *nation branding* melalui budaya populer global terus dikembangkan dengan memperhatikan keseimbangan antara konsistensi narasi dan kedalaman reformasi substantif di tingkat domestik. Strategi reiterasi yang konsisten selama 2018 hingga 2024 telah berhasil membangun akumulasi simbolik yang efektif, namun efektivitas jangka panjangnya akan sangat bergantung pada sejauh mana simbolisme yang diproyeksikan dapat ditopang oleh reformasi sosial yang terukur. Audiens internasional yang semakin kritis akan semakin mampu mengidentifikasi kesenjangan antara klaim simbolik dan realitas sosial, sehingga konsistensi antara narasi eksternal dan kondisi internal menjadi prasyarat keberlanjutan efektivitas *nation branding* Arab Saudi dalam jangka panjang.

Kedua, bagi pelaku industri hiburan global yang bermitra dengan negara-negara yang sedang menjalani proses transformasi sosial, penelitian ini menyarankan perlunya kesadaran yang lebih kritis terhadap dimensi politik dan etis dari kemitraan tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa WWE secara sadar memposisikan dirinya sebagai agen perubahan sosial di Arab Saudi, sebuah posisi yang menempatkan perusahaan hiburan sebagai aktor yang turut membentuk narasi mengenai hak-hak perempuan. Pelaku industri hiburan

global perlu mengembangkan kebijakan yang lebih eksplisit mengenai standar yang harus dipenuhi oleh mitra negara agar kemitraan tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara etis kepada publik global.

Ketiga, bagi pengamat dan analis hubungan internasional yang mengkaji kebijakan luar negeri negara-negara di kawasan Timur Tengah, penelitian ini menyarankan perlunya perhatian yang lebih serius terhadap dimensi kultural dan simbolik dari investasi Arab Saudi dalam olahraga dan hiburan global. Kajian yang hanya berfokus pada dimensi ekonomi dari investasi olahraga Arab Saudi berisiko melewatkan lapisan makna yang lebih dalam, yaitu bagaimana negara dengan agenda transformasi sosial memanfaatkan budaya populer sebagai arena negosiasi identitas nasional di hadapan audiens global. Pemahaman yang lebih komprehensif terhadap dimensi simbolik ini akan menghasilkan analisis yang lebih akurat mengenai motivasi sesungguhnya di balik berbagai investasi Arab Saudi dalam acara hiburan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, R. (2024). *The new face of Saudi Arabia: How Vision 2030 changed the kingdom*. The National. <https://www.thenationalnews.com/news/gulf/2024/05/03/saudi-arabia-vision-2030-mohammed-bin-salman/> (diakses pada tanggal 15 Juni 2026)
- Agerschou-Madsen, F. (2025). *Football Fever in Saudi Arabia Nation Branding and Framing Images of Transformation*. Middle East Journal of Culture and Communication. <https://doi.org/10.1163/18739865-01801003>
- Ajayi, V. O. (2017). *Primary sources of data and secondary sources of data*. https://www.researchgate.net/publication/320010397_Primary_Sources_of_Data_and_Secondary_Sources_of_Data (diakses pada tanggal 12 Januari 2026)
- Akbar, F., & Rasyidah, R. (2024). Saudi Vision 2030 : Upaya Nation Branding Arab Saudi via Saudi Pro League 2019-2023. 12(1), 16–31.
- Algahtani, G. J. (2016). *The Effect of Oil Price Shocks on Economic Activity in Saudi Arabia: Econometric Approach*. International Journal of Business and Management, 11(8), 124. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n8p124>
- Anholt, S. (2005). *Three interlinking concepts: Intellectual property, nation branding and economic development*. WIPO International Seminar on Intellectual Property and Development. https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/isipd_05/isipd_05_www_103990.pdf (diakses pada tanggal 18 Februari 2026)
- Anholt, S. (2011). *Beyond the nation brand: The role of image and identity in international relations*. In S. Anholt (Ed.), *Places: Identity, image and reputation* (pp. 289–306). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857930842.00027>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. PT Rineka Cipta.

- Artus, M. (2016). *One year later: 10 seminal moments from the Women's Revolution in WWE*. WWE.com.
<https://www.wwe.com/article/wwe-womens-revolution-one-year-anniversary-retrospective> (diakses pada 18 Juni 2026)
- Ayhan, K. J. (2017). *Korea's soft power and public diplomacy under Moon Jae-In administration: A window of opportunity*. In K. J. Ayhan (Ed.), *Korea's soft power and public diplomacy* (pp. 13–32). Hangang Network & Ministry of Foreign Affairs.
https://www.researchgate.net/publication/322006838_Korea's_Soft_Power_and_Public_Diplomacy_Under_Moon_Jae-In_Administration_A_Window_of_Opportunity (diakses pada tanggal 5 Maret 2026)
- BBC. (2018). *No female WWE wrestlers at Saudi Arabia show*.
<https://www.bbc.com/news/newsbeat-43879487> (diakses pada tanggal 22 Desember 2025)
- BBC. (2018). *Saudi Arabia's ban on women driving officially ends*.
<https://www.bbc.com/news/world-middle-east-44576795> (diakses pada tanggal 7 Januari 2026)
- BBC. (2019). *Saudi Arabia hosts its first WWE women's wrestling match*.
<https://www.bbc.com/news/world-middle-east-50248949> (diakses pada tanggal 7 Januari 2026)
- Bishara, M. (2018). *Saudi Arabians enjoy escapism and the hope of positive changes at WWE's Greatest Royal Rumble*. ESPN.
https://www.espn.com/wwe/story/_/id/23386785/wwe-window-cultural-impact-greatest-royal-rumble-eyes-saudi-arabians-attended-show (diakses pada tanggal 18 Juni 2026)
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter: On the discursive limits of "sex"*. Routledge

- Cozzi, L., & Gould, T. (2021). *World Energy Outlook 2021*. IEA Publications, 1–386. https://www.enerclub.es/wp-content/uploads/2021/11/weo2021_laura_cozzi_to_enerclub_16_11_2021.pdf (diakses pada tanggal 15 Juni 2026)
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dinnie, K. (2009). *Repositioning the Korea brand to a global audience: Challenges, pitfalls, and current strategy*. Korea Economic Institute Academic Paper Series, 4(9).
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., Alyahya, M., Mansour, M. A., & Fayyad, S. (2024). *Sports investment to improve the destination image and optimize tourism performance in Saudi Arabia*. 9(10), 1–17. <https://doi.org/10.59429/esp.v9i10.3178>
- Eye of Riyadh. (2018). *First-ever WWE Greatest Royal Rumble wows 60,000 in Jeddah*. <https://www.eyeforiyadh.com/news/details/1524906870-> (diakses pada 22 Juni 2026)
- Fan, Y. (2010). *Branding the nation: Towards a better understanding*. Place Branding and Public Diplomacy, 6(2), 97–103. <https://doi.org/10.1057/pb.2010.16>
- Fightful. (2024). *Liv Morgan on becoming first-ever WWE Women's Crown Jewel Champion: I know this is so much bigger than me*. Fightful. <https://www.fightful.com/wrestling/liv-morgan-becoming-first-ever-wwe-women-s-crown-jewel-champion-i-know-so-much-bigger-me/> (diakses 19 Juni 2026)
- Fox Sports. (2020). *On this day: WWE's women's revolution*. <https://www.foxsports.com/stories/wwe/on-this-day-wwes-womens-revolution> (diakses pada tanggal 14 Februari 2026)
- Ghabban, M., Alsughayyir, Y., Alslimani, A., Alharby, A., & Bankhar, W. O. (2025). *Motorsport Branding and Strategic Market Positioning in Saudi Arabia :*

Infrastructure , Innovation , and Institutional Development under Vision 2030. 8, 169–193.

Hassan, R. (2016). *From 80s TV reruns to live shows: How WWE became popular in Saudi*. Arab News. <https://www.arabnews.com/node/1006761/sports> (diakses pada 18 Juni 2026)

Hertog, S. (2019). *What would the Saudi economy have to look like to be “post-rentier”?* In *The Politics of Rentier States in the Gulf* (Vol. 33, Issue January).

Human Rights Watch. (2016). *Boxed in Women and Saudi Arabia's Male Guardianship System*.
<https://www.hrw.org/report/2016/07/17/boxed/women-and-saudi-arabias-male-guardianship-system> (diakses pada 10 Maret 2026)

Human Rights Watch. (2021). *Saudi Arabia: F1 events Risk Whitewashing Abuses*.
<https://www.hrw.org/news/2021/12/02/saudi-arabia-f1-events-risk-whitewashing-abuses> (diakses pada tanggal 10 Maret 2026)

Human Rights Watch. (2021). *World report 2021: Saudi Arabia*.
<https://www.hrw.org/world-report/2021/country-chapters/saudi-arabia> (diakses pada 15 Juni 2026)

Ibnuyasa, A., & Rasyidah, R. (2023). Upaya Arab Saudi Menggapai Saudi Vision 2033 : Nation Branding via event F1 Tahun 2020-2022. 16(2), 510–527.

International Monetary Fund (IMF). (2023). *Saudi Arabia: 2023 Article IV Consultation-Press Release; Staff Report; and Informational Annex; IMF Country Report No. 23/323; July 7, 2023*. 23.
<https://www.imf.org/en/publications/cr/issues/2023/09/05/saudi-arabia-2023-article-iv-consultation-press-release-staff-report-and-informational-annex-538823>
(diakses pada tanggal 9 Januari 2026)

- Kabir, S. (2014). *Methods of data collection*.
https://www.researchgate.net/publication/325528948_Methods_of_Data_Collection (diakses pada tanggal 9 Januari 2026)
- Karpal, A. (2018). International Sports *WWE to hold the biggest Middle East pay-per-view as Saudi Arabia opens up to foreign entertainment*. CNBC.
<https://www.cnn.com/2018/04/27/wwe-holds-greatest-royal-rumble-in-saudi-arabia-to-tap-middle-east.html> (diakses pada tanggal 25 Januari 2026)
- Kingdom of Saudi Arabia. (2016). *A Vibrant Society*.
<https://www.vision2030.gov.sa/en/overview/pillars/a-vibrant-society?utm> (diakses pada tanggal 11 Februari 2026)
- Kingdom of Saudi Arabia. (2016). *General Entertainment Authority*.
<https://www.vision2030.gov.sa/en/explore/explore-more/general-entertainment-authority> (diakses pada tanggal 15 Juni 2026)
- Kingdom of Saudi Arabia. (2016). *Government of Saudi Arabia*. Saudi Government.
https://www.vision2030.gov.sa/media/rc0b5oy1/saudi_vision203.pdf (diakses pada tanggal 11 Februari 2026)
- LeCompte, M. D. (2000). *Analyzing qualitative data*. Theory Into Practice, 39(3), 146–154.
https://www.depts.ttu.edu/education/our-people/Faculty/additional_pages/duemer/epsy_6305_class_materials/LeCompte-Margaret-D-2000.pdf (diakses pada tanggal 28 Februari 2026)
- Martinez, P. (2019). *Stephanie McMahon talks 'history-making' women's match at Crown Jewel and creating a 'ripple effect.'* Newsweek.
<https://www.newsweek.com/wwe-stephanie-mcmahon-crown-jewel-interview-natalya-lacey-evans-1468746> (diakses pada 19 Juni 2026)
- Martins, F. S., da Cunha, J. A. C., & Serra, F. A. R. (2018). *Secondary data in research: Uses and opportunities*.

https://www.researchgate.net/publication/329343939_Secondary_Data_in_Research_-_Uses_and_Opportunities (diakses pada tanggal 28 Februari 2026)

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications. <https://www.metodos.work/wp-content/uploads/2024/01/Qualitative-Data-Analysis.pdf> (diakses pada tanggal 6 Maret 2026)
- Moon, D. S. (2025). *National gimmicks as soft power strategy : WWE's Clash at the Castle and the performance of the Cymru Wales Brand*. <https://doi.org/10.1177/13691481251370182>
- Moshashai, D., Leber, A. M., & Savage, J. D. (2020). *Saudi Arabia plans for its economic future: Vision 2030, the National Transformation Plan and Saudi fiscal reform*. *British Journal of Middle Eastern Studies*, 47(3), 381–401. <https://doi.org/10.1080/13530194.2018.1500269>
- Narayanan, N. (2025). *Saudi Arabia attracted 2.5m sports tourists in last 4 years: Al-Khateeb*. *Arab News*. <https://www.arabnews.com/node/2592633/business-economy> (diakses pada 19 Juni 2026)
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Nye, J. S. (2008). *Public diplomacy and soft power*. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Putra, Muhammad Rizky Eko; Utomo, A. B. (2025). *Saudi Vision 2030: Nation Branding Arab Saudi menjadi Esports Hub Internasional*. *Reslaj Religion Education Social Laa Roiba Journal* 7(8), 7, 2275–2291. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v7i8.8264>
- Reda, A., & Viviez, L. (2021). *How sports events can transform the Saudi Arabian economy*. Ernst & Young.

https://www.ey.com/en_ps/services/consulting/how-sports-events-can-transform-the-saudi-arabian-economy (diakses pada 18 Juni 2026)

Saputra, B. A., & Rodiah, I. (2024). Ketidaksetaraan Gender, Wahabisme Dan Visi Saudi 2030: Kritik Feminisme Postkolonial Melawan Ketidakadilan Di Arab Saudi. *Abdurrauf Law and Sharia*, 1(2), 88–111.

Satish, K., Portet, X. G., San, J. De, & Vela, E. (2024). *Football and Nation Branding : A Case Study of Saudi Arabia's Strategy for Global Football Recognition Football and Nation Branding : Exploring Saudi Arabia's Digital Strategy for its Global Country's Recognition El fútbol y la marca-país : Explorando la estrategia*. February. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.7776>

Sheline, A., Fellow, N., & Coates Ulrichsen, K. (2025). *Saudi Arabia's Vision 2030 and a Nation in Transition*. Rice University's Baker Institute for Public Policy. <https://www.bakerinstitute.org/research/saudi-arabias-vision-2030-and-nation-transition> (diakses pada tanggal 2 Maret 2026)

Sportskeeda. (2023). *Why female WWE stars wear different attires in Saudi Arabia: Reason must know*. <https://www.sportskeeda.com/wwe/why-female-wwe-stars-wear-different-attires-saudi-arabia-reason-must-know> (diakses pada tanggal 18 Juni 2026)

Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Tlili, H., Tissaoui, K., Kahouli, B., & Triki, R. (2024). *How volatility in the oil market and uncertainty shocks affect Saudi economy: a frequency approach*. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03938-x>

Wolstanholme, D. (2022). *Bianca Belair broke down crying after wild WWE match*. *Wrestling Inc*. <https://www.wrestlinginc.com/1114429/bianca-belair-broke-down-crying-after-wild-wwe-match/> (diakses pada tanggal 18 Juni 2026)

- Wood, D. (2022). *Lita 'honored' to be part of 'culturally significant' WWE show in Saudi Arabia.* TheSportster.
<https://www.thesportster.com/lita-honored-saudi-arabia-elimination-chamber/>
 (diakses pada 18 Juni 2026)
- World Bank. (2025). *Labor force, female (% of total labor force) - Saudi Arabia*
<https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.TOTL.FE.ZS?locations=SA> (diakses
 pada tanggal 20 Februari 2026)
- World Bank. (2025). *Labor force participation rate, female (% of female population ages 15+) (modeled ILO estimate) - Saudi Arabia.*
<https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FE.ZS?end=2024&locations=SA&start=2013> (diakses pada tanggal 20 Februari 2026)
- WWE. (2019). *WWE and the Saudi General Entertainment Authority expand event partnership.*
<https://www.wwe.com/article/wwe-saudi-general-entertainment-authority-expand-event-partnership> (diakses pada tanggal 18 Juni 2026)
- WWE. (2019). *WWE presents the first-ever women's match in Saudi Arabia.*
<https://www.wwe.com/shows/wwe-crown-jewel/2019/natalya-lacey-evans> (diakses
 pada 22 Juni 2026)
- WWE. (2021). *WWE honors breast cancer survivors: Photos.* WWE.com.
<https://www.wwe.com/shows/wwe-crown-jewel/2021/gallery/wwe-honors-breast-cancer-survivors-photos> (diakses pada tanggal 18 Juni 2026)
- WWE. (2022). *WWE unveils the first-ever billboards featuring female Superstars in Saudi Arabia.*
<https://www.wwe.com/article/first-ever-billboards-featuring-female-superstars-in-saudi-arabia> (diakses pada 22 Juni 2026)
- WWE. (2024). *WWE Women's Champion Nia Jax vs. Women's World Champion Liv Morgan.*

<https://www.wwe.com/shows/wwe-crown-jewel/2024/nia-jax-vs-liv-morgan>

(diakses pada 22 Juni 2026)

WWE. (2025, 12 September). *Riyadh Season to make history by hosting WrestleMania 43* in 2027. WWE Corporate.

<https://corporate.wwe.com/about/news/2025/09-12-2025> (diakses pada 19 Juli 2026)

Young, K. (2024). *Nation Branding in Saudi Arabia Sports Diplomacy for Western Attraction*.

<https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/06a0c316-36a6-4e3c-ba5e-6b60bba2899b/content> (diakses pada tanggal 20 Februari 2026)