

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepak bola saat ini sudah menjadi fenomena global yang melampaui batas negara. Orang-orang dari berbagai bahasa dan latar belakang tetap bisa merasakan emosi yang sama saat menonton atau membicarakan pertandingan. Bahkan, dalam pesan resmi oleh FIFA pada tahun 2006, sepak bola disebut sebagai bahasa global yang mampu menjembatani perbedaan sosial, budaya, dan agama.¹ Karena pergerakan pemain, kompetisi, dan media yang lintas negara, sepak bola sering dianggap sebagai contoh nyata dari globalisasi olahraga. Perkembangannya juga sangat dinamis karena dipengaruhi oleh perubahan ekonomi, institusi, dan identitas penggemar yang saling berkaitan.²

Namun, globalisasi tidak membuat sepak bola menjadi seragam. Konsep glocalisasi menjelaskan bahwa hal-hal global tetap disesuaikan dengan konteks lokal, seperti gaya dukungan suporter, cara merayakan kemenangan, hingga simbol budaya dalam klub.³ Pengaruh besar sepak bola juga diakui secara internasional,

¹ Kofi Annan, "Joint Message by the Secretary-General and Joseph Blatter, President of the Fédération Internationale de Football Association, Welcoming the Opening of the FIFA World Cup," United Nations, 2006, <https://www.un.org/sg/en/content/former-secretary-general/statements/2006-06-06/joint-message-the-secretary-general-and-joseph-blatter-president-of-the-federation-internationale-de-football-association-welcoming-the-opening>.

² Richard Giulianotti and Roland Robertson, "The Globalization of Football: A Study in the Glocalization of the 'Serious Life,'" *British Journal of Sociology* 55, no. 4 (2004): 545–68, <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2004.00037.x>.

³ Roland Robertson, "Glocalization: Time and Space Homogeneity and Heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.)," *Global Modernities*, 1995.

misalnya ketika PBB menetapkan tanggal 25 Mei sebagai hari yang berkaitan dengan sepak bola dan menghubungkannya dengan isu perdamaian dan diplomasi.⁴ Artinya, sepak bola bisa menjadi media komunikasi sosial yang seringkali lebih mudah diterima dibandingkan bahasa politik

Perkembangan ini juga berkaitan dengan perubahan dalam studi Hubungan Internasional. Saat ini, aktor yang memengaruhi pandangan global tidak hanya negara atau diplomat resmi. Dalam konsep *new public diplomacy*, diplomasi kini melibatkan banyak aktor dan berbentuk jaringan komunikasi yang lebih luas.⁵ Selain itu, konsep *soft power* menjelaskan bahwa pengaruh tidak selalu berasal dari kekuatan, tetapi juga dari daya tarik dan kemampuan membentuk persepsi publik.⁶ Dalam konteks ini, selebritas memiliki peran penting karena mereka punya perhatian publik, kedekatan emosional dengan penggemar, dan kemampuan memengaruhi opini. Dalam kajian *celebrity diplomacy*, selebritas bisa menjadi penyampai nilai tertentu secara informal, meskipun ada risiko penyederhanaan isu yang kompleks.

Di era media sosial, peran ini semakin kuat karena komunikasi bisa langsung menjangkau publik luas. Cristiano Ronaldo menjadi contoh yang relevan karena ia tidak hanya berprestasi di olahraga, tetapi juga memiliki pengaruh global yang besar. Ia dikenal sebagai peraih berbagai penghargaan bergengsi, yang memperkuat

⁴ FIFA, "United Nations Supports FIFA President's Call to Celebrate an Annual World Football Week," INSIDE FIFA, 2024, <https://inside.fifa.com/organisation/president/news/united-nations-supports-fifa-presidents-call-to-celebrate-an-annual-world-football-week>.

⁵ Jan Melissen, "Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy," *Clingendael Diplomacy Papers*, no. May (2005): 1–34, http://www.nbiz.nl/publications/2005/20050500_cdsp_paper_diplomacy_2_melissen.pdf.

⁶ Melissen.

citra dan daya tariknya di mata publik. Selain itu, kekuatan utamanya juga terlihat dari jumlah pengikut di media sosial. Pada 13 September 2024, dilaporkan bahwa Ronaldo menjadi individu pertama yang mencapai sekitar satu miliar pengikut di berbagai platform.⁷ Jumlah ini menunjukkan besarnya jangkauan pesan yang bisa ia sebarkan secara global. Dalam perspektif diplomasi publik, basis audiens sebesar itu membuat narasi pribadi seorang atlet dapat berubah menjadi wacana global.⁸ Kekuatan jejaring itu terlihat lagi ketika Ronaldo meluncurkan kanal resmi pada 21 Agustus 2024.

Pengaruh tersebut semakin terlihat saat Ronaldo meluncurkan kanal youtube resminya pada 21 Agustus 2024, yang langsung mendapatkan sekitar 1,69 juta pelanggan dalam beberapa jam.⁹ Hal ini menunjukkan betapa besar perhatian publik terhadap dirinya. Dalam konteks ini, kepindahannya ke klub Al-Nassr pada 30 Desember 2022 menjadi momen penting, karena tidak hanya sekadar transfer pemain, tetapi juga perpindahan figur global ke lingkungan baru.¹⁰

Dari sudut pandang globalisasi, perpindahan pemain bintang seperti Ronaldo juga membawa dampak besar terhadap perhatian publik dan media. Penggemar cenderung mengikuti figur yang mereka idolakan.¹¹ Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah pengikut media sosial Al-Nassr yang melonjak drastis setelah

⁷ Reuters, "Ronaldo Reaches One Billion Followers on Social Media," Reuters, 2024, <https://www.reuters.com/sports/soccer/ronaldo-reaches-one-billion-followers-social-media>.

⁸ Melissen, "Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy."

⁹ Reuters, "Ronaldo Launches YouTube Channel," Reuters, 2024, https://www.reuters.com/sports/soccer/ronaldo-launches-youtube-channel-2024-08-21/?utm_source=chatgpt.com.

¹⁰ Reuters, "Ronaldo Joins Saudi Arabian Club Al Nassr until 2025," Reuters, 2022, <https://www.reuters.com/lifestyle/sports/ronaldo-joins-saudi-arabian-club-al-nassr-saudi-state-tv>.

¹¹ Giulianotti and Robertson, "The Globalization of Football: A Study in the Glocalization of the 'Serious Life.'"

kedatangan Ronaldo.¹² Bahkan, klub tersebut kemudian menjadi salah satu tim non-Eropa dengan jumlah pengikut terbanyak di dunia.

Nilai *Football for All* sendiri menekankan pentingnya inklusivitas dalam sepak bola, yaitu menolak diskriminasi dan membuka kesempatan bagi semua orang untuk berpartisipasi. Kampanye seperti *No Discrimination* dari FIFA menegaskan pentingnya melawan diskriminasi di dunia sepak bola.¹³ Organisasi seperti UEFA juga menekankan bahwa sepak bola dapat menjadi jembatan yang menghubungkan berbagai kelompok sosial.¹⁴ Selain itu, berbagai inisiatif juga mendorong partisipasi tanpa memandang usia, gender, kondisi fisik, maupun latar belakang lainnya.

Pada akhirnya, latar belakang ini menunjukkan bahwa kehadiran figur global seperti Ronaldo tidak hanya memengaruhi popularitas klub, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk menyebarkan nilai-nilai inklusivitas sepak bola ke tingkat global. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana interaksi antara Ronaldo, Al-Nassr, dan publik global dapat menjelaskan peran individu dalam diplomasi publik di sepak bola modern.

¹² Chris Wright, "Cristiano Ronaldo's Social Media Power Boosts Al Nassr Instagram to over 10m Followers," ESPN, 2023, https://www.espn.com/soccer/story/_/id/38680916/cristiano-ronaldo-social-media-power-boosts-al-nassr-instagram-10m-followers.

¹³ FIFA, "No Discrimination," INSIDE FIFA, 2023, <https://publications.fifa.com/en/annual-report-2021/around-fifa/anti-discrimination>.

¹⁴ INSIDE UEFA, "Equality, Diversity and Inclusion," UEFA, 2023, <https://www.uefa.com/sustainability/society/equality-diversity-inclusion>.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu berdasarkan latar belakang masalah yang telah disusun sebelumnya, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut, *“Bagaimana peran Cristiano Ronaldo sebagai aktor diplomasi selebritas dalam mempromosikan nilai-nilai Football for All melalui klub Al-Nassr?”*

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangasih ilmu pada pengembangan kajian akademik dengan memperkaya diskusi tentang hubungan antara olahraga, komunikasi digital, dan dinamika hubungan internasional. Secara khusus, riset ini dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana figur publik membentuk persepsi, memengaruhi arus wacana, dan menguatkan atau menantang narasi tertentu di ruang publik global. Selain itu, penelitian ini juga bisa menjadi referensi bagi studi sejenis karena menyediakan pijakan empiris dan kerangka analisis yang lebih rapi untuk membaca fenomena aktor non-negara dalam konteks diplomasi publik dan budaya populer.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Akademis

Secara praktis penelitian ini merupakan wadah bagi penulis dalam menuangkan dan mengimplementasikan pengetahuan-pengetahuan yang penulis dapatkan selama penulis mempelajari ilmu hubungan internasional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu rekan-rekan peneliti lain untuk

mengembangkan penelitian mereka terkait penggunaan penggunaan diplomasi selebrity atau mengenai peran seorang selebritas dalam mempromosikan nilai nilai fooball for all melalui sebuah klub.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini merupakan wadah bagi penulis dalam menuangkan dan mengimplementasikan pengetahuan-pengetahuan yang penulis dapatkan selama penulis mempelajari ilmu hubungan internasional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu rekan-rekan peneliti lain untuk mengembangkan penelitian mereka terkait penggunaan penggunaan diplomasi selebrity atau mengenai peran seorang selebritas dalam mempromosikan nilai nilai fooball for all melalui sebuah klub.

1.4 Penelitian Terdahulu

Terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dengan topik diplomasi olahraga dan nation branding melalui sektor sepak bola, khususnya di Timur Tengah. Namun, sebagian besar studi tersebut masih berfokus pada aspek umum Saudi Pro League (SPL), strategi Vision 2030, atau nation branding negara Teluk, tanpa menyoroti secara spesifik peran Cristiano Ronaldo sebagai selebritas olahraga global dalam proyek diplomasi budaya Arab Saudi. Berikut adalah beberapa penelitian yang relevan:

Penelitian pertama berjudul **Celebrity Diplomacy oleh Andrew F. Cooper (2008)**. Buku ini menyoroti fenomena meningkatnya peran selebritas dalam hubungan internasional, di mana figur terkenal dari dunia hiburan maupun olahraga

mengambil peran sebagai diplomat non-negara. Cooper menegaskan bahwa selebritas dapat menjembatani jurang antara elit politik dengan publik global, serta memiliki kemampuan unik untuk menarik perhatian media internasional dan memobilisasi dukungan publik terhadap suatu isu. Dalam buku ini, Cooper juga membahas bagaimana aktor seperti Bono dan Angelina Jolie berhasil menggunakan status selebritas mereka untuk mengakses ruang diplomatik yang biasanya tertutup.¹⁵

Penelitian ini menegaskan bahwa keterlibatan selebritas tidak hanya bersifat simbolis, melainkan juga mampu menghasilkan dampak nyata dalam diplomasi publik. Dengan kerangka ini, penelitian Anda dapat melihat Cristiano Ronaldo sebagai celebrity diplomat yang berfungsi memperluas jangkauan diplomasi Saudi. Kehadiran Ronaldo bukan hanya sebagai pemain sepak bola, tetapi sebagai simbol yang dimanfaatkan untuk memperkuat citra Saudi dalam Vision 2030.

Penelitian kedua yang berjudul **Sport diplomacy: an integrative review dalam bentuk integrative review** tentang diplomasi olahraga oleh Postlethwaite, Jenkin, & Sherry (2023). Penelitian ini memetakan berbagai literatur mengenai diplomasi olahraga dan menekankan pentingnya sport sebagai sarana soft power. Mereka menemukan bahwa olahraga telah lama menjadi instrumen diplomasi antarnegara, namun penelitian sebelumnya sering kali terpisah-pisah dan tidak terintegrasi.

¹⁵ Andrew F. Cooper, "Celebrity Diplomacy," n.d.

Kajian ini menunjukkan perlunya pendekatan lintas disiplin dalam memahami diplomasi olahraga, termasuk peran aktor non-negara seperti atlet dan selebritas. Dengan dasar ini, analisis peran Ronaldo dalam Liga Pro Saudi dapat dilihat sebagai upaya strategis yang sejalan dengan tren global di mana olahraga digunakan untuk memperkuat nation branding dan memperluas diplomasi publik.¹⁶

Penelitian ketiga yang berjudul **Long Shot: The Prospects and Limitations of Sports and Celebrity Athlete Diplomacy** oleh Michael K. Park (2017) mengkaji fenomena sports diplomacy melalui kasus Dennis Rodman di Korea Utara. Park meneliti bagaimana seorang atlet global bisa membuka ruang komunikasi di rezim tertutup melalui ketenarannya, meskipun diplomasi semacam ini juga memiliki keterbatasan. Penelitian ini menyoroti peran selebritas olahraga dalam konteks geopolitik yang rumit.¹⁷

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi atlet selebriti memiliki potensi untuk mencairkan hubungan antarnegara, namun efektivitasnya sangat bergantung pada konteks politik dan penerimaan publik. Temuan ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana Ronaldo dimanfaatkan Saudi: meskipun ia bukan diplomat resmi, status globalnya bisa membuka ruang dialog baru mengenai citra Saudi, walaupun risiko sportswashing juga selalu melekat.

¹⁶ Verity Postlethwaite, Claire Jenkin, and Emma Sherry, "Sport Diplomacy: An Integrative Review," *Sport Management Review* 26, no. 3 (2023): 361–82, <https://doi.org/10.1080/14413523.2022.2071054>.

¹⁷ Michael K Park, "InMedia Fields of Dreams and Messages Long Shot: The Prospects and Limitations of Sports and Celebrity Athlete Diplomacy Long Shot: The Prospects and Limitations of Sports and Celebrity Athlete Diplomacy," no. December 2017 (2017).

Penelitian keempat yang diterbitkan oleh **MDPI (2024) dengan judul Comparing AIUla and The Red Sea Saudi Arabia's Giga Projects on Tourism towards a Sustainable Change in Destination Development**. Kajian ini membahas proyek pariwisata berkelanjutan Arab Saudi, khususnya kawasan AIUla dan The Red Sea Project, yang diproyeksikan sebagai destinasi kelas dunia. Studi tersebut menegaskan komitmen Saudi dalam menghadirkan pariwisata modern yang tidak hanya mengedepankan kemewahan, tetapi juga menjunjung tinggi aspek konservasi, pelestarian warisan budaya, dan keberlanjutan lingkungan.¹⁸

Temuan penelitian ini relevan karena Cristiano Ronaldo sering ditampilkan dalam kampanye promosi pariwisata Saudi. Kehadirannya berperan sebagai penghubung antara megaprojek destinasi Saudi dengan audiens global, sehingga memperkuat strategi nation branding yang berorientasi pada modernitas sekaligus pembangunan berkelanjutan.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh **Hala Zayed Alsaaidi (2020) dengan judul Nation Branding and The Case of Saudi Vision 2030 and The Use of Twitter** secara komprehensif berfokus pada strategi nation branding Arab Saudi melalui media sosial Twitter dalam kerangka besar pencapaian ambisi Vision 2030. Studi ini tidak hanya menyoroti fungsi Twitter sebagai kanal komunikasi resmi, tetapi juga menekankan bagaimana narasi identitas modern, progresif, serta inklusif

¹⁸ Lorenzo David Filippi and Silvia Mazzetto, "Comparing AIUla and The Red Sea Saudi Arabia's Giga Projects on Tourism towards a Sustainable Change in Destination Development," *Sustainability (Switzerland)* 16, no. 5 (2024), <https://doi.org/10.3390/su16052117>.

dibangun dan diproyeksikan untuk memperkuat citra internasional Arab Saudi di mata dunia.¹⁹

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa media sosial menjadi instrumen utama dalam mengomunikasikan narasi pembangunan Saudi ke audiens global. Relevansinya terhadap penelitian saya adalah pada aspek digitalisasi: Ronaldo, dengan jutaan pengikut di Instagram, dapat dianggap sebagai perpanjangan dari strategi digital branding Saudi, sekaligus memperluas jangkauan pesan Vision 2030.

Penelitian keenam dilakukan oleh **Baker Institute (Sheline & Ulrichsen, 2025) dengan judul Saudi Arabia's Vision 2030 and a Nation in Transition**. Studi ini secara mendalam menganalisis dinamika transisi kebijakan Vision 2030, khususnya dalam penguatan sektor pariwisata yang diproyeksikan sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi non-migas. Analisis ini menekankan target ambisius Saudi, yakni mencapai 100 juta kunjungan wisatawan per tahun serta merealisasikan komitmen investasi lebih dari US\$1 triliun dalam kurun waktu satu dekade, sebagai bagian dari strategi besar diversifikasi ekonomi dan modernisasi struktur nasional.²⁰

Penelitian ketujuh yang berjudul **Football Fever in Saudi Arabia: Nation Branding and Framing Images of Transformation** oleh **Agerschou-Madsen (2025)**. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana dan framing visual

¹⁹ Hala Zayed Alsaaidi, "Nation Branding and The Case of Saudi Vision 2030 and the Use of Twitter," 2020.

²⁰ Annelle Sheline, Nonresident Fellow, and Kristian Coates Ulrichsen, "Saudi Arabia's Vision 2030 and a Nation in Transition," 2025.

untuk membedah bagaimana Arab Saudi membangun citra transformasi nasional melalui sepak bola. Ditemukan bahwa strategi negara melibatkan narasi media dan simbol visual (seperti stadion, penggemar, dan selebritas) untuk menciptakan kesan keterbukaan dan modernitas.²¹

Penelitian ini sangat relevan dalam aspek representasi budaya dan simbolisme karena mengungkap bagaimana sepak bola dikonstruksi sebagai ruang komunikasi strategis negara. Namun demikian, meski menyinggung peran selebritas, studi ini belum mengulas secara mendalam tentang peran Ronaldo sebagai ikon diplomasi budaya secara spesifik.

Penelitian kedelapan yang berjudul **Cristiano of Arabia: Did Ronaldo Increase Saudi Pro League Attendances? Oleh Carl Singleton (2023)**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur efek kehadiran Cristiano Ronaldo terhadap jumlah penonton pertandingan di Saudi Pro League. Temuan menunjukkan peningkatan kehadiran sebesar 20% di kandang dan 15% saat tandang ketika Ronaldo bermain. Ini menegaskan peran signifikan seorang selebritas global dalam mengubah minat publik terhadap liga lokal.²²

Namun, fokus penelitian lebih bersifat ekonometrik dan belum mengeksplorasi bagaimana kehadiran Ronaldo diproyeksikan dalam strategi diplomasi budaya atau

²¹ Fannie Agerschou-Madsen, *Football Fever in Saudi Arabia Nation Branding and Framing Images of Transformation*, *Middle East Journal of Culture and Communication*, vol. 18, 2025, <https://doi.org/10.1163/18739865-01801003>.

²² Dominik Schreyer and Carl Singleton, "Cristiano of Arabia: Did Ronaldo Increase Saudi Pro League Attendances?," *Contemporary Economic Policy* 43, no. 2 (2025): 260–70, <https://doi.org/10.1111/coep.12661>.

nation branding secara lebih simbolik. Dengan demikian, kontribusinya lebih kuat pada aspek ekonomi dibandingkan dimensi representasional atau ideologis.

Penelitian kesembilan berjudul **Diplomasi Sepak Bola Arab Saudi sebagai Strategi Vision 2030 oleh Fadillah & Pradana (2024)**. Studi ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif untuk menjelaskan secara komprehensif bagaimana Arab Saudi menjadikan olahraga, khususnya sepak bola, sebagai salah satu instrumen utama diplomasi dalam kerangka besar Vision 2030. Penelitian ini menekankan bahwa sepak bola tidak hanya diposisikan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat diplomasi publik yang mampu membentuk persepsi internasional, memperkuat kebijakan luar negeri, dan memperluas strategi nation branding Saudi di panggung global.²³

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan sepak bola sebagai medium diplomasi memiliki peran signifikan dalam membangun narasi identitas nasional yang modern, progresif, sekaligus inklusif. Namun, studi ini belum menyentuh secara khusus figur Cristiano Ronaldo sebagai ikon global, sehingga masih terdapat ruang eksplorasi pada ranah simbolik dan personalisasi selebritas dalam praktik diplomasi negara modern.

Penelitian kesepuluh yang berjudul **Football and Nation Branding: A Case Study of Saudi Arabia's Strategy for Global Football Recognition oleh Satish, Krishna, dkk. (2024)**. Penelitian ini menganalisis strategi digital Saudi Pro League

²³ Fadillah Syahril Ramadhan and Hafid Adim Pradana, "Diplomasi Sepak Bola Arab Saudi Sebagai Strategi Mewujudkan Saudi Vision 2030," *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 10, no. 2 (2024): 426–39, <https://doi.org/10.35326/pencerah.v10i2.4921>.

(SPL) dalam membangun brand internasional Arab Saudi melalui platform media sosial seperti Twitter dan Instagram. Pendekatan yang digunakan menekankan pada aspek komunikasi strategis yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas liga di mata global.²⁴

Temuan menunjukkan bahwa kehadiran SPL dalam media digital mengalami peningkatan signifikan dari segi pengikut, interaksi, dan eksposur media asing. Namun, penelitian ini tidak menelaah secara khusus bagaimana peran selebritas global seperti Cristiano Ronaldo dimanfaatkan dalam kerangka nation branding atau soft power. Oleh karena itu, studi ini tetap relevan sebagai dasar awal pemahaman konteks media digital, tetapi tidak menjangkau secara mendalam aspek simbolik dan diplomatik yang menjadi fokus utama penelitian ini.

Penelitian kesebelas berasal dari **Football Benchmark (2025) dengan judul Cristiano Ronaldo's Transfer to Saudi Arabia: Assessing the Broader Impact** yang menyoroti dampak besar transfer Cristiano Ronaldo ke Al-Nassr. Studi ini mendokumentasikan bagaimana kehadiran Ronaldo langsung mendorong lonjakan pengikut media sosial klub, dari sekitar 5 juta menjadi lebih dari 57 juta hanya dalam waktu singkat. Lonjakan tersebut menunjukkan besarnya daya tarik global Ronaldo serta bagaimana figur individu dapat mengubah perhatian dunia terhadap liga domestik, dalam hal ini Saudi Pro League.²⁵

²⁴ Krishna Satish, Xavier Ginesta Portet, and Jordi De San Eugenio Vela, "Football and Nation Branding: A Case Study of Saudi Arabia's Strategy for Global Football Recognition," *AdComunica*, no. February (2024): 27–52, <https://doi.org/10.6035/adcomunica.7776>.

²⁵ footballbenchmark, "Cristiano Ronaldo's Transfer to Saudi Arabia: Assessing the Broader Impact," footballbenchmark, 2025, <https://footballbenchmark.com/w/cristiano-ronaldo-s-transfer-to-saudi-arabia-assessing-the-broader-impact>.

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No.	Nama/ Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<p><i>Celebrity Diplomacy.</i></p> <p>Oleh: Cooper, A.F. (2008).</p>	<p>Kajian teoritis dan studi kasus selebritas global.</p>	<p>Buku ini menjadi rujukan teoritis utama mengenai peran selebritas dalam diplomasi global. Coper mengidentifikasi tiga fungsi kunci: <i>visibility</i>, <i>legitimacy</i>, dan <i>cultural bridging</i>. Kerangka ini relevan untuk menganalisis peran Ronaldo dalam strategi Saudi Vision 2030, di mana ia tidak hanya berperan sebagai atlet, tetapi juga sebagai aktor diplomasi non-negara yang merepresentasikan kepentingan Saudi di tingkat internasional.</p>
2.	<p>Sport Diplomacy: An Integrative Review.</p> <p>Oleh: Postlethwaite, Jenkin, & Sherry (2023).</p>	<p>Kajian literatur sistematis, teori diplomasi olahraga.</p>	<p>Studi ini menyoroti efektivitas olahraga sebagai alat diplomasi publik yang mampu menjangkau audiens global dan memperkuat citra negara. Temuan ini menjadi pijakan konseptual untuk memahami peran Ronaldo sebagai representasi nyata diplomasi olahraga Saudi.</p>
	<p><i>Long Shot: The Prospects and Limitations of Sports and Celebrity Athlete Diplomacy.</i></p> <p>Oleh: Michael K. Park (2017)</p>	<p>Analisis konseptual dan studi literatur, teori <i>celebrity diplomacy</i>.</p>	<p>Penelitian ini menyoroti potensi dan batasan atlet selebritas dalam diplomasi. Mereka dapat meningkatkan visibilitas dan membentuk opini publik, namun efektivitasnya kerap dibatasi oleh isu kredibilitas dan agenda politik negara. Ini relevan untuk menilai peran Ronaldo, yang meski memberi eksposur global bagi Saudi, tetap menghadapi kritik terkait <i>sportswashing</i>.</p>
4.	<p>Comparing AIUla and The Red Sea: Saudi Arabia's Giga Projects on Tourism.</p>	<p>Teori pariwisata berkelanjutan.</p>	<p>sebagai bagian dari strategi pariwisata dalam Vision 2030. Keduanya dirancang sebagai simbol keterbukaan budaya dan modernitas, memperkuat keterkaitan antara pariwisata dan nation branding</p>

	Oleh: MDPI (2024)		sejalan dengan peran Ronaldo dalam promosi citra Saudi.
5.	Nation Branding and The Case of Saudi Vision 2030 and the Use of Twitter. Oleh: Hala Zayed Alsaaidi (2020)	Analisis isi terhadap akun Twitter resmi pemerintah Saudi, konsep nation branding digital.	Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama Twitter, menjadi alat strategis bagi pemerintah Saudi dalam membentuk citra modern dan ramah wisatawan. Hal ini menyoroti peran penting komunikasi digital dalam diplomasi publik konteks yang relevan dengan Ronaldo, yang dengan basis pengikut terbesar di dunia, memperkuat strategi digital nation branding Saudi.
6.	Saudi Arabia's Vision 2030 and a Nation in Transition. Oleh: Baker Institute (Sheline & Ulrichsen, 2025)	Analisis kebijakan deskriptif, teori modernisasi.	Studi ini menilai capaian dan kontradiksi Vision 2030 reformasi ekonomi dan sosial berlangsung, namun ruang politik tetap terbatas. Temuan ini menempatkan transfer Ronaldo dalam konteks reformasi citra global yang tetap menjaga stabilitas domestik.
7.	Football Fever in Saudi Arabia: Nation Branding and Framing Images of Transformation. Oleh: Agerschou-Madsen (2025).	Pendekatan kualitatif, analisis framing media internasional.	Studi ini mengkaji framing media internasional terhadap sepak bola Saudi dalam konteks nation branding. Temuannya menunjukkan upaya Saudi membangun citra modern melalui transfer pemain besar, namun juga menyoroti paradoks: citra tersebut sering digunakan untuk menutupi isu otoritarianisme. Olahraga pun berfungsi ganda sebagai alat promosi global dan pengalih isu domestik.
8.	Cristiano of Arabia: Did Ronaldo Increase Saudi Pro League Attendances? Oleh: Carl	Analisis kuantitatif dengan data statistik kehadiran stadion, teori efek selebritas.	Studi ini mencatat peningkatan penonton Saudi Pro League sebesar 15–20% setelah Ronaldo bergabung, menunjukkan pengaruh nyata selebritas olahraga terhadap minat publik. Ronaldo terbukti mendorong konsumsi hiburan dan menjadi bagian penting dari diplomasi publik Saudi.

	Singleton (2023).		
9.	Diplomasi Sepak Bola Arab Saudi Sebagai Strategi Mewujudkan Saudi Vision 2030. Oleh: Fadillah & Pradana (2024).	Studi kepustakaan dengan analisis deskriptif-analitis, teori diplomasi olahraga.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa diplomasi sepak bola adalah strategi utama dalam Vision 2030, efektif untuk menarik investasi, wisatawan, dan membangun reputasi global. Perekrutan Ronaldo menjadi bagian penting dari upaya ini dalam mendukung transformasi nasional Saudi.
10.	Football and Nation Branding: A Case Study of Saudi Arabia's Strategy for Global Football Recognition. Oleh: Satish, Krishna, dkk. (2024).	Studi kualitatif dengan analisis dokumen, wacana media, dan teori nation branding.	Studi ini menunjukkan bahwa Saudi menggunakan sepak bola sebagai <i>soft power</i> untuk membentuk citra global yang modern. Dengan mendatangkan bintang dan menggelar event internasional, olahraga menjadi alat diplomasi publik dan nation branding kerangka yang relevan untuk menganalisis peran Ronaldo dalam Vision 2030.
11.	Cristiano Ronaldo's Transfer to Saudi Arabia: Broader Impact. Oleh: Football Benchmark (2025).	Analisis berbasis laporan industri dan data longitudinal klub menggunakan pendekatan ekonomi olahraga (sporting-business lens).	Laporan ini menyoroti bahwa transfer Ronaldo ke Al-Nassr memicu transformasi besar: meningkatkan kredibilitas, menarik investasi, dan mendorong ekspansi global. Klub berubah dari lokal menjadi berorientasi elite Eropa, sejalan dengan tujuan globalisasi olahraga dalam Vision 2030.

1.5 Kerangka Analisis

1.5.1 Konsep Celebrity Diplomacy

Konsep *celebrity diplomacy* menurut Cooper berangkat dari kenyataan bahwa diplomasi saat ini tidak lagi hanya dilakukan oleh negara. Perkembangan media dan ruang publik global membuat aktor non-negara, terutama selebritas, bisa ikut berperan sebagai pihak yang memengaruhi opini publik secara internasional.²⁶ Fenomena ini semakin kuat karena adanya pergeseran dari diplomasi yang berpusat pada negara (*state-centric*) menuju diplomasi publik yang lebih terbuka, di mana emosi, opini, dan komunikasi publik menjadi bagian penting dalam hubungan internasional.²⁷

Cooper menjelaskan bahwa *celebrity diplomacy* bekerja dalam dua level sekaligus. Di satu sisi, selebritas bisa masuk ke lingkaran elite melalui akses tertentu, dan di sisi lain mereka juga mampu menyampaikan isu kepada masyarakat luas melalui media.²⁸ Kekuatan utama selebritas bukan berasal dari jabatan resmi, tetapi dari popularitas dan jumlah audiens yang mereka miliki.²⁹ Karena itu, keberhasilan mereka dalam diplomasi sangat bergantung pada bagaimana publik menerima pesan yang mereka sampaikan. Dalam penjelasannya, Cooper juga menunjukkan bahwa selebritas dapat menggunakan cara-cara seperti diplomasi personal, pengelolaan akses, dan pemanfaatan media untuk menarik perhatian publik maupun

²⁶ Andrew Cooper, "Celebrity Diplomacy and the G8: Bono and Bob as Legitimate International Actors," *SSRN Electronic Journal*, no. 29 (2011), <https://doi.org/10.2139/ssrn.1019091>.

²⁷ Mark Wheeler, "Celebrity Diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassadors and Messengers of Peace," *Celebrity Studies* 2, no. 1 (2011): 6–18, <https://doi.org/10.1080/19392397.2011.543267>.

²⁸ Cooper, "Celebrity Diplomacy and the G8: Bono and Bob as Legitimate International Actors."

²⁹ Wheeler, "Celebrity Diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassadors and Messengers of Peace."

pemimpin dunia. Namun, peran ini juga menuai kritik karena selebritas tidak mewakili kelompok tertentu secara formal, sehingga muncul masalah terkait legitimasi dan akuntabilitas.³⁰

Dalam konteks penelitian ini, konsep *celebrity diplomacy* menjadi relevan untuk menjelaskan bagaimana figur seperti Cristiano Ronaldo tidak hanya berfungsi sebagai atlet profesional, tetapi juga sebagai aktor transnasional yang mampu memengaruhi distribusi perhatian dan persepsi global terhadap sepak bola. Mengacu pada kerangka Andrew F. Cooper, efektivitas peran tersebut dapat dipahami melalui interaksi antara visibilitas, legitimasi, dan kemampuan menjembatani budaya.³¹ Ketiga dimensi ini memungkinkan selebritas untuk tidak hanya menarik perhatian publik, tetapi juga membangun kepercayaan serta menciptakan kedekatan emosional lintas budaya.

Dengan demikian, *celebrity diplomacy* tidak sekadar berkaitan dengan popularitas, melainkan dengan kemampuan strategis dalam membentuk makna dan penerimaan suatu isu di ruang global. Dalam penelitian ini, kerangka tersebut digunakan untuk menganalisis bagaimana Ronaldo berkontribusi dalam memperluas makna *Football for All*, terutama dalam mendorong penerimaan terhadap sepak bola di luar pusat tradisional Eropa sebagai bagian dari dinamika global yang lebih inklusif.

Salah satu dimensi penting dalam *celebrity diplomacy* adalah *visibility*. Dimensi ini merujuk pada kemampuan selebritas untuk menarik perhatian global

³⁰ Cooper, "Celebrity Diplomacy and the G8: Bono and Bob as Legitimate International Actors."

³¹ Cooper.

dan menjadikan suatu isu atau entitas lebih dikenal. Cooper menyebut selebritas sebagai magnet perhatian yang mampu mengalihkan fokus media.³² Dalam konteks penelitian ini, Al-Nassr mendapatkan dampak langsung dari visibilitas Ronaldo, yang terlihat dari lonjakan jumlah pengikut media sosial klub secara signifikan setelah ia bergabung. Selain itu, skala pengaruh Ronaldo juga terlihat dari jumlah pengikutnya yang mencapai satu miliar di berbagai platform, yang menunjukkan bahwa pesan yang ia sampaikan bisa menjangkau publik global secara langsung.³³

Dimensi kedua adalah *legitimacy*. Dimensi ini menjelaskan bagaimana reputasi selebritas dapat memberikan pengakuan atau kepercayaan terhadap suatu institusi atau isu. Cooper menjelaskan bahwa ada hubungan timbal balik: institusi mendapatkan legitimasi dari kedekatan dengan selebritas, sementara selebritas mendapatkan ruang untuk menyampaikan agendanya.³⁴ Dalam konteks sepak bola, legitimasi ini tidak berkaitan dengan negara, tetapi lebih pada kepercayaan dalam ekosistem sepak bola. Reputasi Ronaldo sebagai pemain profesional membantu publik melihat kompetisi baru sebagai sesuatu yang kredibel. Hal ini juga terlihat dari meningkatnya penerimaan publik terhadap Al-Nassr, termasuk dari jumlah pengikut yang terus bertambah secara signifikan.³⁵

Dimensi ketiga adalah *cultural bridging*, dimensi ini merujuk pada peran selebritas sebagai penghubung budaya, yaitu membantu memperkenalkan dan menerjemahkan budaya lokal kepada audiens global. Dalam pandangan Cooper,

³² Cooper.

³³ Wright, "Cristiano Ronaldo's Social Media Power Boosts Al Nassr Instagram to over 10m Followers."

³⁴ Cooper, "Celebrity Diplomacy and the G8: Bono and Bob as Legitimate International Actors."

³⁵ Reuters, "Ronaldo Joins Saudi Arabian Club Al Nassr until 2025."

selebritas dapat menjadi perantara antara isu lokal dan perhatian global.³⁶ Dalam sepak bola, proses ini semakin kuat karena adanya konsep glocalisasi, yaitu hubungan antara global dan lokal yang saling memengaruhi.³⁷ Contohnya terlihat ketika Ronaldo tampil menggunakan pakaian tradisional Arab dalam konten klub. Hal ini dapat dipahami sebagai bentuk jembatan budaya karena simbol lokal diperkenalkan kepada audiens global melalui figur yang sudah dikenal luas.³⁸

Dalam penelitian ini, nilai *Football for All* ditempatkan sebagai tujuan utama dari diplomasi yang dilakukan Ronaldo. Nilai ini menekankan inklusivitas, menolak diskriminasi, dan membuka akses sepak bola bagi semua orang.³⁹ Secara global, nilai ini juga didukung oleh berbagai lembaga internasional. Misalnya, PBB menetapkan World Football Day dan menekankan bahwa sepak bola memiliki kekuatan untuk menyatukan masyarakat dunia.⁴⁰ FIFA melalui kampanye *No Discrimination* juga menegaskan pentingnya menghapus segala bentuk diskriminasi dalam sepak bola.⁴¹ UEFA menambahkan bahwa kesetaraan dan keberagaman dapat menjadikan sepak bola sebagai jembatan sosial, dengan prinsip bahwa semua orang diterima dalam sepak bola.⁴² Selain itu, Konfederasi Sepak

³⁶ Andrew F. Cooper, Hugo Dobson, and Mark Wheeler, "Non-Western Celebrity Politics and Diplomacy: Introduction," *Celebrity Studies* 8, no. 2 (2017): 312–17, <https://doi.org/10.1080/19392397.2017.1311509>.

³⁷ Giulianotti and Robertson, "The Globalization of Football: A Study in the Glocalization of the 'Serious Life.'"

³⁸ Ramadan Al Sherbini, "Watch: Football Icon Cristiano Ronaldo Performs Traditional Ardah Dance to Celebrate Saudi Founding Day," *Gulf News*, 2023, <https://gulfnews.com/world/gulf/saudi/watch-football-icon-cristiano-ronaldo-performs-traditional-ardah-dance-to-celebrate-saudi-founding-day-1.94030680>.

³⁹ Reuters, "Ronaldo Joins Saudi Arabian Club Al Nassr until 2025."

⁴⁰ Department of Economic and Social Affairs and Social Inclusion, "World Football Day 25 May," United Nations, 2024, <https://social.desa.un.org/issues/sport-for-development-and-peace/world-football-day-25-may>.

⁴¹ FIFA, "No Discrimination."

⁴² INSIDE UEFA, "Equality, Diversity and Inclusion."

Bola Asia (AFC) menekankan bahwa sepak bola harus dapat diakses oleh semua kalangan, termasuk anak-anak, amatir, hingga penyandang disabilitas, tanpa diskriminasi.⁴³

Dalam kerangka ini, Ronaldo diposisikan sebagai aktor utama, sementara Al-Nassr menjadi platform. Analisis kemudian difokuskan pada interaksi antara figur, klub, dan publik, seperti melalui konten media, simbol budaya, pertumbuhan pengikut, serta respons audiens, bukan dari sudut pandang kebijakan pemerintah.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, karena bertujuan untuk memahami secara mendalam peran dan kontribusi personal Cristiano Ronaldo dalam mempromosikan nilai-nilai Football for All melalui klub Al-Nassr.⁴⁴ Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menafsirkan bagaimana seorang aktor non-negara bertindak sebagai agen diplomasi transnasional yang mengomunikasikan pesan inklusivitas dan demokratisasi sepak bola global. Analisis difokuskan pada tiga dimensi fungsional diplomasi selebritas guna membedah bagaimana interaksi digital dan simbolik yang dilakukan Ronaldo mampu menyebarkan nilai-nilai olahraga yang melampaui batas-batas budaya dan geografis secara efektif.

⁴³ Kelab Sukan Motor Pulau Pinang (PMSC), "Regulations 2024," 2024, <https://malaysiancupprix.com/wp-content/uploads/2024/02/RegulationsBook2024v1.pdf>.

⁴⁴ Bronwynne Evans Karen Jiggins Colorafi, "Qualitative Descriptive Methods in Health Science Researc HHS Public Access," *Physiology & Behavior* 176, no. 1 (2017): 100–106, <https://doi.org/10.1177/1937586715614171>.Qualitative.

1.6.2 Metode Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif (qualitative content analysis), yaitu metode untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menafsirkan makna dari isi teks, visual, maupun simbol dalam dokumen-dokumen yang dikaji.⁴⁵ Peneliti menelaah berbagai sumber data sekunder, terutama literatur akademik, laporan industri olahraga, serta pemberitaan media internasional yang mendokumentasikan aktivitas dan narasi Cristiano Ronaldo selama berada di klub Al-Nassr

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka (library research) dengan mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber yang kredibel dan relevan.⁴⁶ Sumber data tersebut meliputi literatur akademik mengenai teori diplomasi selebritas, artikel berita internasional dari kantor berita ternama seperti Reuters, ESPN, dan Al Jazeera, serta laporan industri olahraga global seperti Football Benchmark dan Transfermarkt yang mendokumentasikan aktivitas Cristiano Ronaldo selama berada di klub Al-Nassr.

Selain itu, penelitian ini juga mengumpulkan data dari platform media sosial resmi milik Cristiano Ronaldo dan klub Al-Nassr untuk meninjau secara langsung narasi digital yang dibangun. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran

⁴⁵ Steven Hall and Linda Liebenberg, "Qualitative Description as an Introductory Method to Qualitative Research for Master's-Level Students and Research Trainees," *International Journal of Qualitative Methods* 23 (2024): 1–5, <https://doi.org/10.1177/16094069241242264>.

⁴⁶ Brylialfi Wahyu Furidha, "Comprehension of the Descriptive Qualitative Research Method: A Critical Assessment of the Literature," *Journal Of Multidisciplinary Research* 2 (2024): 1–8, <https://doi.org/10.56943/jmr.v2i4.443>.

komprehensif mengenai bagaimana Ronaldo secara personal menjalankan fungsi diplomasi selebritas guna mempromosikan nilai-nilai Football for All.

1.6.4 Batasan Materi

Penelitian ini dibatasi pada pembahasan diplomasi selebritas Cristiano Ronaldo dalam mempromosikan nilai Football for All melalui interaksinya dengan Al-Nassr FC dan respons publik global di ruang digital. Penelitian ini tidak membahas kepentingan pemerintah, agenda kebijakan negara, maupun program nasional apa pun, penelitian juga tidak menjadikan aspek taktik pertandingan, performa teknis, atau statistik olahraga sebagai fokus utama, kecuali sejauh hal tersebut memicu dinamika komunikasi publik tentang inklusivitas sepak bola.

1.6.5 Batasan Waktu

Batasan waktu penelitian ini difokuskan pada periode sejak kepindahan Cristiano Ronaldo ke Saudi Pro League bersama Al-Nassr pada akhir 2022 hingga akhir 2026. Rentang waktu ini dipilih karena mencakup fase paling penting dalam perkembangan peran Ronaldo sebagai figur global di Arab Saudi, mulai dari adaptasi awal di lingkungan baru, penguatan citra sebagai ikon lintas kawasan, perluasan jangkauan digital, hingga keberlanjutan pengaruhnya terhadap perhatian publik global terhadap Al-Nassr dan Saudi Pro League. Dengan memperpanjang batas waktu hingga 2026, penelitian ini dapat membaca perkembangan diplomasi selebritas Ronaldo secara lebih utuh, baik dalam aspek visibilitas, legitimasi, maupun jembatan budaya. Meskipun demikian, analisis tetap dibatasi pada dinamika komunikasi publik, representasi digital, dan penerimaan audiens dalam

rentang waktu tersebut, sehingga pembahasan tidak melebar ke luar fokus utama penelitian.

1.7 Argumen Pokok

Argumen pokok penelitian ini adalah bahwa kepindahan Ronaldo ke Al-Nassr dapat dibaca sebagai peristiwa diplomasi selebritas yang memperluas makna Football for All, sepak bola elite tidak lagi hanya berpusat pada Eropa, tetapi dapat tampil meyakinkan di ruang baru ketika dibawa oleh figur dengan daya jangkau global dan kemampuan membentuk percakapan publik secara langsung. Melalui praktik komunikasi digital yang konsisten, Ronaldo berperan sebagai duta informal yang menghubungkan klub dengan audiens global bukan lewat negosiasi formal, melainkan lewat produksi simbol, narasi, dan kedekatan yang menciptakan rasa ikut memiliki pada publik lintas negara.

Dalam kerangka diplomasi publik, proses ini penting karena menunjukkan bagaimana pesan inklusivitas dapat tersebar melalui kombinasi jaringan media sosial, pemberitaan, dan respons warganet, sehingga membentuk persepsi global tentang siapa yang berhak menjadi pusat perhatian sepak bola dunia dan bagaimana jembatan budaya dapat dibangun lewat gestur-gestur adaptasi pada budaya lokal. Dengan demikian, penelitian ini menutup celah yang selama ini sering terjadi, pembacaan perpindahan pemain sebagai urusan bisnis semata, padahal peran individu dengan modal ketenaran dan legitimasi budaya sering kali menjadi mesin utama yang membuat sebuah nilai seperti Football for All benar-benar hidup di mata publik.

1.8 Sistemika Penulisan

Tabel 1.2 Sistematika Penulisan

BAB	JUDUL	PEMBAHASAN
I	PENDAHULUAN	1.1 Tujuan dan Manfaat Penelitian 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 1.3.1 Tujuan Penelitian 1.3.2 Manfaat Penelitian 1.3.2.1 Manfaat Akademis 1.3.2.2 Manfaat Praktis 1.4 Penelitian Terdahulu 1.5 Teori/Konsep 1.5.1 Konsep Celebrity Diplomacy (Andrew F. Cooper) 1.6 Metodologi Penelitian 1.6.1 Jenis Penelitian 1.6.2 Teknik Analisa Data 1.6.3 Teknik Pengumpulan Data 1.6.4 Batasan Materi 1.6.5 Batasan Waktu 1.7 Argumen Pokok 1.8 Sistematika Penulisan
II	KONTEKS DIPLOMASI SELEBRITAS DALAM EKOSISTEM SEPAK BOLA GLOBAL	2.1 Peran Diplomasi Publik di Era Digital 2.1.1 Aktor Non-Negara dalam Hubungan Internasional 2.1.2 Media Sosial sebagai Ruang Diplomasi Modren 2.2 Profil Cristiano Ronaldo sebagai Ikon Global 2.2.1 Rekam Jejak dan Prestasi Profesional 2.2.2 Kekuatan Branding dan Media Sosial 2.3 Dinamika Inklusivitas dalam Sepak Bola Global 2.3.1 Sepak Bola sebagai Ruang Inklusi Global 2.3.2 Pergeseran Sepak Bola dari Eurosentris ke Arena Global
III	ANALISIS IMPLEMENTASI NILAI-NILAI FOOTBALL FOR ALL MELALUI	3.1 Kekuatan Media Sosial Ronaldo dalam Memperluas Jangkauan Sepak Bola (Visibility) 3.1.1 Pergeseran Fokus Dunia dari Sepak Bola Eropa ke Liga Arab Saudi

	<p>DIPLOMASI SELEBRITAS CRISTIANO RONALDO DI AL-NASSR</p>	<p>3.1.2 Pengaruh Media Sosial Pribadi Ronaldo dalam Mempromosikan Sepak Bola</p> <p>3.2 Reputasi Profesional Ronaldo sebagai Pengakuan Kualitas Liga (Legitimacy)</p> <p>3.2.1 Dampak Kedatangan Ronaldo terhadap Pindahnya Pemain Bintang Lain</p> <p>3.2.2 Meningkatnya Nilai Jual dan Daya Tarik Sponsor Global bagi Liga Saudi</p> <p>3.3 Ronaldo sebagai Jembatan Budaya antara Arab Saudi dan Dunia (Cultural Bridging)</p> <p>3.3.1 Penggunaan Simbol Budaya Lokal oleh Ronaldo sebagai Alat Diplomasi</p> <p>3.3.2 Penggunaan Simbol Budaya Lokal oleh Ronaldo sebagai Alat Diplomasi</p> <p>3. Kontribusi Ronaldo dalam Mewujudkan Football For All</p>
<p>VI</p>		<p>4.1 Kesimpulan</p> <p>4.2 Saran</p>

