

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman membuat arah diplomasi tradisional bergerak ke arah diplomasi yang lebih modern. Berkembangnya isu – isu dalam ruang lingkup hubungan internasional yang semakin kompleks, serta kemajuan teknologi informasi membuat masyarakat dengan mudah terhubung tanpa ada batas jarak maupun waktu, sehingga membuat masyarakat dunia memiliki akses dan ruang bersama dalam aktivitas sosial, ekonomi, maupun politik. Hal ini membuat pola diplomasi yang umumnya dilakukan melalui jalur utama (*first track diplomacy*) yang hanya dilakukan oleh para utusan atau diplomat masing-masing negara, sekarang mulai melibatkan khalayak didalamnya. Diplomasi ini disebut diplomasi publik.¹

Diplomasi sejatinya bertujuan untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara dengan mengedepankan seni bernegosiasi. Dewasa ini, dengan adanya keterlibatan masyarakat menjadikan diplomasi memiliki sifat yang tidak kaku. Tujuan diplomasi publik sendiri ialah untuk mempengaruhi publik di luar negeri dengan menginformasikan, mempromosikan serta memberi pemahaman tentang kepentingan nasional negara tersebut.² Salah satu bentuk diplomasi publik yang

¹ Hennida, Citra. 2009. “Diplomasi Publik Dalam Politik Luar Negeri.” *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik* Vol. 22: 2. http://journal.unair.ac.id/filerPDF/03_Hennida_DIPLOMASI_PUBLIK.pdf.

² *Ibid.*

sering digunakan oleh suatu negara ialah dengan menyelenggarakan *event*, salah satu yang populer adalah *event* olahraga. Olahraga sering kali dijadikan alat diplomasi suatu negara dengan tujuan tertentu. Secara sosial, diplomasi olahraga dapat membangun hubungan antar negara peserta. Lalu secara ekonomi juga dapat mendorong perkembangan infrastruktur bagi penyelenggara/ *host*. Dan secara keamanan, diplomasi olahraga juga dapat menjadi alternatif untuk meredakan suatu konflik.³

Menjadi *host* suatu *event* internasional tentunya menjadi keuntungan bagi suatu negara. Dari segi ekonomi, penyelenggaraan *event* internasional tentunya mengundang daya tarik sponsor untuk ikut memeriahkan perhelatan, lalu penjualan tiket, bertambahnya devisa negara, penjualan *merchandise*, promosi pariwisata dan lain – lain.⁴ Menjadi negara penyelenggara juga dapat menjadi ajang bagi suatu negara untuk membuktikan kepada negara lain bahwa negara tersebut mampu untuk menyelenggarakan *event* bertaraf dunia, hal ini membuktikan bahwa diplomasi publik mampu membangun citra sebuah negara.⁵

Tidak jarang olahraga digunakan sebagai alat untuk meredakan suatu konflik. Seperti yang pernah dilakukan oleh Korea Selatan semasa kepemimpinan Moon Jae In pada tahun 2018 yang mengajak Korea Utara untuk ikut serta dalam Olimpiade Musim Dingin di Pyeongchang. Hal tersebut terbilang efektif dalam

³ Adji, Singgih Sasetyo. 2018. "Olahraga Sebagai Sarana Diplomasi Negara." Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. <https://lib.ui.ac.id>.

⁴ Damayanti, Meby. 2018. "Menjadi Tuan Rumah Event Olahraga Internasional, Apa Manfaatnya?" Zenius.Com. 2018. <https://www.zenius.net/blog/manfaat-asian-games-dan-event-olahraga-internasional>.

⁵ Saefudin Ma'mun, Asep. 2015. "Diplomasi Publik Dalam Membangun Citra Negara." *Digital Library Universitas Esa Unggul*. <https://digilib.esaunggul.ac.id/diplomasi-publik-dalam-membangun-citra-negara-4527.html>.

meredakan situasi konflik di Semenanjung Korea. Walaupun belum berhasil mengatasi konflik sepenuhnya, olahraga terhitung efektif sebagai alat diplomasi publik Korea Selatan terhadap Korea Utara dalam mendorong peluang dalam penyelesaian konflik di Semenanjung Korea.⁶

Indonesia merupakan salah satu negara yang kerap kali menggunakan olahraga sebagai alat diplomasinya. Pertama kali Indonesia menyelenggarakan *event* internasional, yaitu pada saat Indonesia menjadi *host* ke-4 Asian Games pada tahun 1962 di Jakarta. Cukup banyak *event* internasional prestisius yang diselenggarakan di Indonesia, sebut saja Asian Games, Asian Paralympic Games, SEA Games, Moto GP, FIFA World Cup U-17, FIBA World Cup, dll. Bahkan diawal pada tahun 2022, Indonesia resmi ditunjuk menjadi tuan rumah untuk menyelenggarakan F1 Powerboat di Danau Toba oleh H2O Management selaku promotor *event* tersebut.

F1 Powerboat merupakan perlombaan balap perahu motor air super cepat yang tertinggi di kelasnya. Jika dibandingkan dengan dua ajang perlombaan balap lain seperti Formula 1 dan MotoGP, memang secara pamor masih kurang familiar di telinga masyarakat Indonesia, termasuk penulis sendiri. Ajang ini merupakan sebuah kompetisi balap untuk perahu motor yang diselenggarakan oleh Union Internationale Motonatique (UIM). Ajang ini juga sering dikenal sebagai F1H2O, karena promotor dari ajang ini ialah H2O Racing.⁷ Kejuaraan dunia perahu motor

⁶ Ichsans Cevy, Abi, and Ali Noorzaman. 2020. "PERAN OLAHRAGA SEBAGAI ALAT DIPLOMASI PENYELESAIAN KONFLIK DI SEMENANJUNG KOREA PADA TAHUN 2018." *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global* 1 (1). <https://doi.org/10.24853/INDEPENDEN.1.1.22-29>.

⁷ "Mengenal Lebih Jauh Ajang F1H2O Di Danau Toba Dan Peran Kabupaten Dairi Didalamnya – PEMKAB DAIRI." 2023. Pemerintah Kabupaten Dairi. 2023.

air super cepat ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 1981 oleh Union Internationale Motonautique (UIM). Sebelum adanya kejuaraan F1 Powerboat, pada sekitar tahun 1970 – 1980-an ada banyak promotor yang mengadakan ajang perlombaan balap perahu motor, yang paling terkenal ada 2 perusahaan mesin olahraga balap, yaitu OMC dan Mercury. Masing-masing dari perusahaan tersebut memiliki perlombaan balap perahu motor dengan spesifikasi mesin yang berbeda. OMC memiliki spesifikasi mesin perahu motor dengan V8 berkapasitas 3,5 liter, yang kemudian dikenal sebagai kelas OZ dengan nama kejuaraannya PRO ONE, sedangkan Mercury memiliki spesifikasi mesin yang berbeda dengan V6 berkapasitas 2,0 liter dan dikenal sebagai kelas ON dengan nama kejuaraannya FONDA.⁸

Pada perkembangannya, kedua kejuaraan motor air super cepat tersebut saling mengklaim hak dan memasarkan diri mereka untuk menggunakan gelar 'Formula 1'. Namun, hingga pada akhirnya pada 1981 UIM selaku federasi perahu motor internasional turun tangan untuk menyelesaikan permasalahan dualisme tersebut. Hasilnya, UIM memutuskan untuk memberikan gelar 'Formula 1' kepada kejuaraan PRO ONE dengan kelas OZ-nya, sedangkan kelas ON dengan kejuaraan FONDA-nya diberikan gelar 'World Grand Prix'.⁹ Seiring berjalannya waktu, mulai 1984 ajang F1 PRO ONE sering terjadi insiden pada kejuaraan tersebut, hingga tidak jarang menjatuhkan korban jiwa, hal tersebut berakibat dihentikannya kejuaraan Formula 1 pada tahun 1986. Tahun 1986 menjadi tahun terakhir

<https://portal.dairikab.go.id/mengenal-lebih-jauh-ajang-f1h2o-di-danau-toba-dan-peran-kabupaten-dairi-didalamnya/>.

⁸ "Inside F1H2O - What Is F1H2O." 2024. F1H2O. 2024. <https://www.f1h2o.com/insidef1h2o>.

⁹ *Ibid.*

diadakannya kejuaraan dengan gelar 'Formula 1' Powerboat. Kejuaraan F1 Powerboat sempat hiatus 3 tahun pada 1987 sampai 1989. Hingga pada tahun 1990, UIM memutuskan untuk menyelenggarakan kembali kejuaraan dengan kategori 'Formula 1' dengan mengubah status kejuaraan FONDA yang sebelumnya menyanggah gelar 'World Grand Prix' menjadi 'Formula 1'. Sampai saat ini, kejuaraan yang lebih dikenal sebagai F1H2O tersebut memakai mesin dari pabrik perusahaan mesin Mercury sebagai pengganti mesin perahu motor sebelumnya, yakni OMC. Sebelumnya, mesin dari pabrik Mercury memiliki spesifikasi V6 dengan kapasitas 2,0 liter, namun pada tahun 2000, Mercury mengembangkan kapasitas mesinnya dan meluncurkan mesin dengan spesifikasi V6 berkapasitas 2,5 liter. Mesin Mercury dengan spesifikasi V6 berkapasitas 2,5 liter tersebut hingga kini masih digunakan para pembalap F1 Powerboat sebagai tenaga utamanya.¹⁰

Dalam mekanisme kompetisinya, F1 Powerboat ini menggunakan sistem grand prix. Setiap musim kompetisi grand prix memiliki kalender balapan yang ditetapkan sebelumnya. Kalender ini mencakup berbagai sirkuit di berbagai negara, dan setiap sirkuit tersebut akan menyelenggarakan satu seri balapan grand prix. Jumlah total balapan dalam satu musim pada F1 Powerboat tercatat dapat mencapai 6-8 balapan setiap musim kompetisinya.

Dalam 35 tahun terakhir, tercatat sudah ada sekitar 41 negara dari lima benua di dunia yang telah menyelenggarakan F1 Powerboat dengan total 302 Grand Prix telah dimainkan saat penulis menulis penelitian ini. Indonesia menjadi negara ke-40 yang menyelenggarakan *event* ini, tahun 2023 merupakan tahun pertama

¹⁰ *Ibid.*

Indonesia menjadi tuan rumah F1 Powerboat yang diselenggarakan di Danau Toba. Adapun negara yang pernah menyelenggarakan F1 Powerboat ini, antara lain Hungaria, Italia, Prancis, Britania Raya, Malaysia, Thailand, Uni Emirates Arab (UEA), Jerman, Rusia, Cina, Yunani, Finlandia, Portugal, Turki, Austria, Belgia, Latvia, Polandia, Bulgaria, Irlandia, Singapura, India, Korea Selatan, Qatar, Ukraina, Brazil, Arab Saudi, Vietnam, dll.¹¹

Indonesia untuk pertama kalinya berkesempatan menjadi tuan rumah *event* F1 Powerboat pada tahun 2023, yang dimana merupakan kelas tertinggi dari ajang ini. Meskipun secara umum ajang ini masih baru terdengar oleh masyarakat Indonesia dan bukan kejuaraan olahraga favorit, namun antusiasme dari masyarakat Indonesia di jejaring media maupun secara langsung menunjukkan bahwa ajang ini cukup menarik atensi kebanyakan masyarakat Indonesia. Tidak hanya masyarakat Indonesia saja, ajang yang diselenggarakan di Indonesia ini juga tidak luput dari pemberitaan media internasional. Johnny G. Plate menyebutkan, ada 40 media internasional yang akan meliput keberlangsungan ajang F1 Powerboat yang akan diselenggarakan di Danau Toba.¹² Danau Toba yang terletak di Sumatera Utara akan menjadi *venue* dari F1 Powerboat ini. Bukan tanpa alasan pemerintah memilih Danau Toba sebagai *venue* penyelenggaraan, keindahan alam yang memanjakan mata menjadi salah satu alasan dipilihnya Danau Toba sebagai *venue* F1 Powerboat. Diharapkan juga dengan adanya *event* internasional ini dapat mendorong

¹¹ *Ibid.*

¹² “Menkominfo: 101 Grup Media Liput F1 Powerboat Danau Toba 2023.” 2023. Kementerian Komunikasi Dan Informatika. 2023. https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/47619/siaran-pers-no-23hmkominfo022023-tentang-menkominfo-101-grup-media-liput-f1-powerboat-danau-toba-2023/0/siaran_pers.

pergerakan ekonomi di kawasan Danau Toba, terlebih lagi Danau Toba termasuk dalam salah satu dari lima destinasi wisata super prioritas yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).¹³

Terselenggaranya F1 Powerboat di Indonesia dapat dimanfaatkan sebagai *brand positioning* Indonesia, khususnya Danau Toba sebagai destinasi pariwisata super prioritas. Terlebih lagi Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu daerah yang terdampak pandemi covid-19, khususnya Danau Toba. Terhitung sejak diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara mengalami penurunan drastis. Kawasan Danau Toba salah satu pendapatan daerahnya mengandalkan sektor pariwisata, tentu dengan terjadinya pandemi covid-19, seluruh kegiatan ekonomi di Danau Toba menjadi terganggu karena menurunnya jumlah wisatawan yang datang. Tercatat penurunan jumlah wisatawan mancanegara ke Sumatera Utara mencapai 99,92% per-april 2020, berbeda jika dibandingkan dengan jumlah wisatawan mancanegara dengan tahun di bulan yang sama yaitu pada april 2019 dengan 21.962 kunjungan wisatawan mancanegara.¹⁴

Maka dari itu, *event* F1 Powerboat ini merupakan langkah dan upaya pemerintah Indonesia untuk memulihkan ekonomi pariwisata yang ada di Danau Toba. Dengan diselenggarakannya *event* ini tentu harapannya selain menjadi *brand positioning* Indonesia, tentu akan memberikan *multiplier effect* terhadap berbagai

¹³ “5 Destinasi Super Prioritas.” 2019. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. 2019. <https://info5dsp.kemenparekraf.go.id/>.

¹⁴ Yunita, Dina. 2022. “Pengelolaan Kepariwisata Di Masa Pemulihan Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata Danau Toba).” *Journal of Social Research*. <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/view/332/378>.

sektor di Danau Toba. Dalam hal ini pemerintah serius untuk membangkitkan dan mem-branding Danau Toba sebagai destinasi pariwisata pilihan masyarakat domestik maupun mancanegara melalui *event* F1 Powerboat. Hal ini terlihat dari kesepakatan pemerintah Indonesia dengan UIM terkait kontrak lima tahun hingga 2027 sebagai salah satu negara penyelenggara F1H2O. Tentunya di tahun pertama digelarnya F1 Powerboat ini merupakan momentum dan strategi pemerintah Indonesia dalam berdiplomasi publik kepada masyarakat global dalam upaya mempromosikan potensi pariwisata Danau Toba.¹⁵

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis akan berfokus pada upaya Indonesia dalam melakukan diplomasi publik melalui penyelenggaraan F1 Powerboat Danau Toba.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *"Bagaimana upaya diplomasi publik Indonesia melalui penyelenggaraan F1 Powerboat Danau Toba?"*

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut upaya diplomasi publik Indonesia melalui F1 Powerboat di Danau Toba sebagai *sport tourism destination*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

¹⁵ "5 Tahun Kontrak F1 Powerboat, Edisi 2023 Jadi Pembelajaran." 2023. Viva.Co.Id. 2023. <https://www.viva.co.id/sport/gelanggang/1576653-5-tahun-kontrak-f1-powerboat-edisi-2023-jadi-pembelajaran>.

1.3.2.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman baru terkait diplomasi publik melalui *event* F1 Powerboat, khususnya di Indonesia. Serta dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang akan membahas diplomasi publik.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi peneliti sendiri. Dengan adanya penelitian ini membuat peneliti secara tidak langsung lebih memahami terkait dengan diplomasi publik yang dilakukan oleh Indonesia melalui *event* F1 Powerboat Danau Toba. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan wawasan kepada para pembaca terkait dengan diplomasi publik Indonesia melalui *event* F1 Powerboat Danau Toba.

1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga penelitian lainnya yang bertujuan sebagai acuan dalam penelitian ini, acuan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skripsi atau jurnal sebagai dasar dalam penelitian ini.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Wirda Nadia Rahmi dengan judul *”Diplomasi Publik Indonesia Melalui Event Motorcycle Grand Prix Mandalika Lombok”*.¹⁶ Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa event MotoGP di Indonesia

¹⁶ Nadia Rahmi, Wirda. 2022. “Diplomasi Publik Indonesia Melalui Event MotorCycle Grand Prix Mandalika Lombok.” *Repository UMM*. <https://eprints.umm.ac.id/95918/>.

dapat dimanfaatkan sebagai alat diplomasi publik. Adapun metode dalam penelitian ini adalah deskriptif. Dalam penelitian ini menjelaskan dengan dengan konsep diplomasi Jan Melissen tentang tiga tahapan diplomasi publik, yaitu *informing*, *understanding*, dan *infulencing*. Informing dalam penelitian ini dapat dilihat dari upaya – upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat melalui website resmi pemerintah, sosial media dan media lainnya. Lalu proses understanding dalam penelitian ini dapat dilihat dari kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan pihak yang terkait dalam event MotoGP Mandalika, seperti Dorna, RBC, dan Aprilia. Dan influencing dalam event MotoGP ini ialah respon dari masyarakat pasca digelarnya MotoGP Mandalika. Hasilnya dinilai kurang berhasil yang dapat dilihat dari pembentukan citra Indonesia pada dunia internasional yang telah terbentuk, namun masih belum optimal, hal tersebut dapat terlihat dari kurangnya ketertarikan dari masyarakat internasional untuk ikut berpartisipasi dalam event MotoGP Mandalika. Salah satu faktor yang memengaruhi hal tersebut ialah saat pelaksanaan, Indonesia masih dalam masa pemulihan Covid-19, hal tersebut menjadi suatu hambatan dalam pelaksanaan MotoGP Mandalika. Pemerintah perlu upaya lebih untuk hasil yang optimal dalam memanfaatkan MotoGP sebagai alat diplomasi publik.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama – sama memakai diplomasi publik sebagai kerangka konseptual dalam menganalisis diplomasi publik Indonesia serta dalam menganalisis memakai tiga tahapan diplomasi publik yaitu *informing*, *understanding*, dan *influencing*. Adapun pembeda dalam penelitian ini

terdapat pada objek yang diteliti, dimana penelitian tersebut meneliti MotoGP Mandalika, sedangkan penelitian ini meneliti F1 Powerboat Danau Toba.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Gisella Karina dan Tulus Yuniasih dengan jurnal yang berjudul “*Diplomasi Korea Selatan terhadap Korea Utara: Kontribusi Olimpiade Musim Dingin 2018 bagi Harmonisasi Hubungan Bilateral*”.¹⁷ Penelitian ini membahas tentang kontribusi diplomasi olahraga dalam mengkoordinasikan hubungan bilateral antar Korea pasca Olimpiade Musim Dingin 2018. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Studi ini menunjukkan bahwa diplomasi olahraga Korea Selatan ke Korea Utara telah mencapai hasil yang luar biasa dalam proses rekonsiliasi hubungan kedua negara. Bahkan dengan sanksi ekonomi yang dijatuhkan oleh Amerika Serikat dan Perserikatan Bangsa-Bangsa, antar-Korea tetap berkomitmen pada serangkaian kerangka kerja sama yang ditetapkan oleh KTT antar-Korea yang dibentuk setelah Olimpiade Musim Dingin 2018. Kerangka kerja yang dibuat oleh kedua belah pihak meliputi kontinum ekonomi, keamanan, dan diplomasi olahraga. Kerja sama ini menandakan komitmen kedua negara terhadap pembangunan dan perdamaian semenanjung Korea.

Adapun yang menjadi pembeda dengan penelitian yang saya tulis ada pada sudut pandang dan pemilihan konsep, dimana peneliti tersebut menambahkan konsep hubungan bilateral dalam penelitiannya untuk membahas lebih lanjut mengenai kontribusi diplomasi olahraga terhadap harmonisasi hubungan bilateral

¹⁷. Karina, Gisella, and Tulus Yuniasih. 2020. “Diplomasi Olahraga Korea Selatan Terhadap Korea Utara: Kontribusi Olimpiade Musim Dingin 2018 Bagi Harmonisasi Hubungan Bilateral.” *Balcony* 4 (1): 71–79. <https://jom.fisip.budiluhur.ac.id/index.php/balcony/article/view/221>.

Korea Selatan terhadap Korea Utara. Sedangkan penelitian yang saya tulis hanya menggunakan diplomasi publik untuk membahas lebih lanjut terkait penyelenggaraan F1 Powerboat di Indonesia.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Chandra Purnama, Neneng Konety, Akim, dan Alwafi Ridho Subarkah dengan judul “*Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal*”.¹⁸ Studi tersebut menggambarkan industri halal sebagai diplomasi publik Thailand. Upaya pemerintah Thailand untuk menciptakan citra negara yang ramah bagi wisatawan Muslim juga dibahas. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti mengungkapkan bahwa pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Olahraga sangat menitikberatkan pada proyek pengembangan industri halal, termasuk pariwisata. Kualitas layanan pariwisata Halal Thailand ditujukan untuk memberikan kenyamanan dan fasilitas konvensi bagi wisatawan Muslim. Berkolaborasi dengan Universitas Chulalongkorn untuk mengembangkan sistem sertifikasi Halal di Thailand. Pemerintah mendirikan pusat industri halal di perbatasan selatan provinsi Pattani. Standar Halal Pertanian Thailand (TAS 8400-2007) adalah dasar hukum untuk pelaksanaan sertifikasi Halal, mengacu pada standar Halal internasional - Codex. Pasar makanan halal Thailand tumbuh pada tingkat tahunan sebesar 20%, menjadikannya pengeksport makanan halal terbesar keenam di dunia. China, 57 negara anggota OKI, Amerika Serikat, India, dan Rusia adalah pasar utama Thailand. Untuk mempromosikan industri dan pariwisata halal Thailand, pemerintah bekerja sama dengan negara-

¹⁸ Purnama, Chandra, Neneng Konety, and Alwafi Ridho Subarkah. 2021. “Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal.” *Online) Sospol: Jurnal Sosial Politik* 7 (1): 29–46. <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i1.13968>.

negara ASEAN dan Timur Tengah dan secara teratur berpartisipasi dalam pameran dan forum bisnis internasional. Upaya pemerintah Thailand tersebut berdampak positif terhadap pendapatan nasional, dengan jumlah wisatawan muslim meningkat 10% setiap tahunnya.

Persamaan penelitian ini ada pada penggunaan diplomasi publik sebagai alat mempromosikan sektor pariwisata negara. Adapun yang menjadi pembeda adalah Indonesia menggunakan F1 Powerboat sebagai salah satu strategi diplomasi publiknya, sedangkan penelitian menggunakan *Thai Agricultural Halal Standard* (TAS) untuk meningkatkan wisatawan muslim.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Marita Dwi Risyanti yang berjudul "*Peran Olahraga Basket Sebagai Instrumen Diplomasi Amerika Serikat Terhadap Korea Utara*".¹⁹ Studi tersebut meneliti peran bola basket dalam mengurangi ketegangan antara Korea Utara dan Amerika Serikat. Bola basket dapat menjadi alat diplomasi olahraga bagi Amerika Serikat untuk membangun hubungan kerja sama dengan Korea Utara. Jenis penelitian adalah deskriptif. Kajian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 indikator yang berpengaruh signifikan dalam meredakan ketegangan antara AS dan Korea Utara, yaitu: bola basket sebagai diplomasi antara AS dan Korea Utara, bola basket sebagai jembatan budaya dan bahasa antara AS dan Korea Utara, dan pemain bola basket sebagai Aktor apolitis mendukung diplomasi olahraga AS-Korea Utara.

¹⁹ Risyanti, Marita Dewi. 2020. "Peran Olahraga Bola Basket Sebagai Instrumen Diplomasi Amerika Serikat Terhadap Korea Utara."

Persamaan dalam penelitian ini ada pada penggunaan sebuah olahraga untuk mencapai *national interest* sebuah negara. Yang dimana penelitian ini menggunakan bola basket sebagai alatnya, sedangkan penelitian yang saya tulis menggunakan F1 Powerboat sebagai alat untuk mencapai *national interest*. Pembedanya adalah penelitian ini menambahkan teori atau konsep yang dipakai. Penelitian ini menambahkan konsep *first track diplomacy* dalam penelitiannya.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Anggia Tiffany dan Fuad Azmi dengan jurnal yang berjudul “*Diplomasi Publik Indonesia melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018*”.²⁰ Penelitian ini membahas bagaimana pemerintah Indonesia dan INASGOC melakukan diplomasi publik melalui penyelenggaraan Asian Games 2018. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Dalam kajian tersebut dijelaskan bahwa Indonesia memanfaatkan sepenuhnya menjadi tuan rumah Asian Games 2018 karena ajang tersebut bergengsi dan bukan sekedar olahraga. Namun, bisa menjadi ajang yang efektif untuk membangun citra baik negara, mempromosikan Indonesia ke seluruh dunia, khususnya di Asia, dan mendongkrak pariwisata Indonesia. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh berbagai aktor pemerintah dan non-pemerintah Indonesia dapat mencapai tujuan diplomasi publik dalam jangka pendek, melebihi ekspektasi internasional. Upaya yang dilakukan oleh para pelaku hubungan internasional

²⁰ Tiffany, Anggia, and Fuad Azmi. 2020. “Diplomasi Publik Indonesia Melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018.” *Padjajaran Journal of International Relations* 1 (3): 202. <https://doi.org/10.24198/padjir.v1i3.26193>

tersebut sesuai dengan tiga level diplomasi publik dan sepenuhnya memenuhi isi dari masing-masing level yaitu: monolog, dialog dan kerjasama.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa strategi – strategi yang dijalankan oleh masing – masing aktor dari pemerintah Indonesia dan non – pemerintah dapat mencapai tujuan diplomasi publik dalam jangka pendek melebihi ekspektasi di dunia internasional. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang saya tulis terdapat pada topik dan subjek yang diangkat, yaitu diplomasi publik dan Indonesia. Adapun perbedaannya terdapat pada objek yang akan diteliti, penelitian ini menggunakan Asian Games sebagai alat diplomasi publik Indonesia, sedangkan penelitian yang saya tulis adalah F1 Powerboat sebagai alat diplomasi publik Indonesia.

Tabel 1. 1 Posisi Penelitian

No.	Nama Peneliti & Judul	Jenis Penelitian dan Alat Analisa	Hasil
1.	Wirda Nadia Rahmi berjudul "Diplomasi Publik Indonesia Melalui Event Motorcycle Grand Prix Mandalika Lombok"	Jenis Penelitian : Deskriptif Alat Analisis: -	Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa <i>event</i> MotoGP di Indonesia dapat dimanfaatkan sebagai alat diplomasi publik. Dalam penelitian ini menjelaskan dengan dengan konsep diplomasi Jan Melissen tentang tiga tahapan diplomasi publik, yaitu <i>informing, understanding, dan infulencing</i> . <i>Informing</i> dalam penelitian ini dapat dilihat dari upaya – upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat melalui website resmi pemerintah, sosial media dan media lainnya. Lalu proses <i>understanding</i> dalam penelitian ini dapat dilihat dari kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan pihak yang

			<p>terkait dalam <i>event</i> MotoGP Mandalika, seperti Dorna, RBC, dan Aprilia. Dan <i>influencing</i> dalam <i>event</i> MotoGP ini ialah respon dari masyarakat pasca digelarnya MotoGP Mandalika. Hasilnya dinilai kurang berhasil yang dapat dilihat dari pembentukan citra Indonesia pada dunia internasional yang telah terbentuk, namun masih belum optimal, hal tersebut dapat terlihat dari kurangnya ketertarikan dari masyarakat internasional untuk ikut berpartisipasi dalam <i>event</i> MotoGP Mandalika. Salah satu faktor yang memengaruhi hal tersebut ialah saat pelaksanaan, Indonesia masih dalam masa pemulihan Covid-19, hal tersebut menjadi suatu hambatan dalam pelaksanaan MotoGP Mandalika. Pemerintah perlu upaya lebih untuk hasil yang optimal dalam memanfaatkan MotoGP sebagai alat diplomasi publik.</p>
2.	<p>Gisella Karina dan Tulus Yuniasih berjudul “Diplomasi Korea Selatan terhadap Korea Utara: Kontribusi Olimpiade Musim Dingin 2018 bagi Harmonisasi Hubungan Bilateral”</p>	<p>Jenis Penelitian: Kualitatif Alat Analisis: -</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang kontribusi diplomasi olahraga dalam mengkoordinasikan hubungan bilateral antar Korea pasca Olimpiade Musim Dingin 2018. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Studi ini menunjukkan bahwa diplomasi olahraga Korea Selatan ke Korea Utara telah mencapai hasil yang luar biasa dalam proses rekonsiliasi hubungan kedua negara. Bahkan dengan sanksi ekonomi yang dijatuhkan oleh Amerika Serikat dan Perserikatan Bangsa-Bangsa, antar-Korea tetap berkomitmen pada serangkaian kerangka kerja sama yang ditetapkan oleh KTT</p>

			<p>antar-Korea yang dibentuk setelah Olimpiade Musim Dingin 2018. Kerangka kerja yang dibuat oleh kedua belah pihak meliputi kontinum ekonomi, keamanan, dan diplomasi olahraga. Kerja sama ini menandakan komitmen kedua negara terhadap pembangunan dan perdamaian semenanjung Korea.</p>
3.	<p>Chandra Purnama, Neneg Konety, Akim, dan Alwafi Ridho Subarkah berjudul “Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal”</p>	<p>Jenis Penelitian: Kualitatif Alat Analisis: -</p>	<p>Penelitian tersebut menggambarkan industri halal sebagai diplomasi publik Thailand. Upaya pemerintah Thailand untuk menciptakan citra negara yang ramah bagi wisatawan Muslim juga dibahas. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti mengungkapkan bahwa pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Olahraga sangat menitikberatkan pada proyek pengembangan industri halal, termasuk pariwisata. Kualitas layanan pariwisata Halal Thailand ditujukan untuk memberikan kenyamanan dan fasilitas konvensi bagi wisatawan Muslim. Berkolaborasi dengan Universitas Chulalongkorn untuk mengembangkan sistem sertifikasi Halal di Thailand. Pemerintah mendirikan pusat industri halal di perbatasan selatan provinsi Pattani. Standar Halal Pertanian Thailand (TAS 8400-2007) adalah dasar hukum untuk pelaksanaan sertifikasi Halal, mengacu pada standar Halal internasional - Codex. Pasar makanan halal Thailand tumbuh pada tingkat tahunan sebesar 20%, menjadikannya pengeksport makanan halal</p>

			<p>terbesar keenam di dunia. China, 57 negara anggota OKI, Amerika Serikat, India, dan Rusia adalah pasar utama Thailand. Untuk mempromosikan industri dan pariwisata halal Thailand, pemerintah bekerja sama dengan negara-negara ASEAN dan Timur Tengah dan secara teratur berpartisipasi dalam pameran dan forum bisnis internasional. Upaya pemerintah Thailand tersebut berdampak positif terhadap pendapatan nasional, dengan jumlah wisatawan muslim meningkat 10% setiap tahunnya.</p>
4.	<p>Marita Dwi Risyanti berjudul "Peran Olahraga Basket Sebagai Instrumen Diplomasi Amerika Serikat Terhadap Korea Utara".</p>	<p>Jenis Penelitian: Deskriptif Alat Analisis: -</p>	<p>Penelitian tersebut meneliti peran bola basket dalam mengurangi ketegangan antara Korea Utara dan Amerika Serikat. Bola basket dapat menjadi alat diplomasi olahraga bagi Amerika Serikat untuk membangun hubungan kerja sama dengan Korea Utara. Jenis penelitian adalah deskriptif. Kajian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 indikator yang berpengaruh signifikan dalam meredakan ketegangan antara AS dan Korea Utara, yaitu: bola basket sebagai diplomasi antara AS dan Korea Utara, bola basket sebagai jembatan budaya dan bahasa antara AS dan Korea Utara, dan pemain bola basket sebagai aktor apolitis mendukung diplomasi olahraga AS-Korea Utara.</p>
5.	<p>Anggia Tiffany dan Fuad Azmi berjudul "Diplomasi Publik Indonesia melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018"</p>	<p>Jenis Penelitian: Kualitatif Deskriptif Alat Analisis: -</p>	<p>Penelitian ini membahas bagaimana pemerintah Indonesia dan INASGOC melakukan diplomasi publik melalui penyelenggaraan Asian Games 2018. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian</p>

		<p>ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Dalam kajian tersebut dijelaskan bahwa Indonesia memanfaatkan sepenuhnya menjadi tuan rumah Asian Games 2018 karena ajang tersebut bergengsi dan bukan sekedar olahraga. Namun, bisa menjadi ajang yang efektif untuk membangun citra baik negara, mempromosikan Indonesia ke seluruh dunia, khususnya di Asia, dan mendongkrak pariwisata Indonesia. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh berbagai aktor pemerintah dan non-pemerintah Indonesia dapat mencapai tujuan diplomasi publik dalam jangka pendek, melebihi ekspektasi internasional. Upaya yang dilakukan oleh para pelaku hubungan internasional tersebut sesuai dengan tiga level diplomasi publik dan sepenuhnya memenuhi isi dari masing-masing level yaitu: monolog, dialog dan kerjasama.</p>
--	--	--

1.5 Kerangka Konseptual

1.5.1 Diplomasi Publik

Diplomasi secara umum merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh pegiat politik suatu negara melalui komunikasi dan negosiasi untuk mencapai suatu kepentingan melalui kesepakatan dengan negara lain. Namun, seiring berkembangnya isu hubungan internasional membuat konsep diplomasi tidak berjalan sesederhana itu, perkembangan ini membuat konsepsi tentang diplomasi menjadi lebih kompleks. Menurut Barston, perkembangan dari diplomasi membuat

masyarakat global bukan lagi terlibat sebagai objek dari diplomasi, melainkan ikut sebagai aktor dalam diplomasi, yang sekarang dikenal sebagai diplomasi publik.²¹

Dalam arti lain, pada masa kini publik merupakan salah satu unsur penting dalam diplomasi publik, yang berarti publik memainkan peranan penting dalam mencapai kepentingan suatu negara melalui diplomasi publik. Oleh karena itu, banyak negara termasuk Indonesia memakai *multitrack diplomacy* dengan melibatkan peran publik dalam diplomasinya dengan tujuan keberhasilan kepentingan negaranya dalam politik luar negeri.

Diplomasi publik menurut Jan Melissen merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan oleh negara maupun non-negara, yang bertujuan untuk memengaruhi opini publik global dan mempromosikan dan memperkenalkan kepentingan nasional atau organisasi tersebut. Maka dari itu, tujuan dari diplomasi publik adalah mempromosikan dan membangun citra positif suatu negara atau organisasi, sehingga dapat merubah pemikiran masyarakat global kepada negara tersebut.²² Dalam pandangan Melissen, diplomasi publik mencakup berbagai jenis aktivitas komunikasi, termasuk *campaign*, pertemuan diplomatik, acara budaya, program pendidikan seperti pertukaran pelajar, *event* olahraga, dll. Apabila pesan yang diberikan oleh negara kepada masyarakat global dapat tersampaikan dan diterima dengan baik, maka suatu negara dapat memperoleh keuntungan dalam membangun hubungan dengan masyarakat global. Maka dari itu, diplomasi publik

²¹ Barston, R. P. 2019. *Modern Diplomacy. Modern Diplomacy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351270090>.

²² Melissen, Jan. 2005. "The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations."

merupakan cara efektif untuk memengaruhi secara persuasif masyarakat global untuk mencapai kepentingan nasional.²³

Lalu menurut Brian Hocking, perkembangan teknologi turut ikut andil dalam mengubah praktik diplomasi, yaitu dengan munculnya diplomasi publik. Teknologi saat ini memungkinkan individu untuk berpartisipasi dalam diplomasi, yang menjadikannya sebagai aktor aktif bukan lagi sebagai objek yang pasif dalam kebijakan luar negeri suatu negara. Perkembangan teknologi dan informasi, khususnya sosial media, menjadikan aktor individu dan kelompok memiliki kapabilitas untuk terlibat langsung dalam diplomasi publik. Terlibatnya aktor individu dan kelompok melalui media sosial membentuk sebuah 'network' baru dalam diplomasi publik. Model ini bersifat non-hierarkis dan saling bergantung yang menghubungkan berbagai aktor dengan kepentingan negara.²⁴

Mark Leonard bersama Cathrine Stead dan Conrad Smewing juga menjelaskan tentang diplomasi publik, dalam buku yang berjudul "Public Diplomacy", Mark Leonard menjelaskan bahwa diplomasi publik yang dilakukan oleh suatu negara merupakan upaya tentang bagaimana membangun suatu hubungan dengan berbagai aktor, memahami kebutuhan negara, budaya, dan masyarakat lain, mengkomunikasikan sudut pandang para aktor diplomasi publik, dan dapat mengoreksi kesalahan persepsi, serta mencari bidang-bidang di mana kita dapat menemukan tujuan bersama. Perbedaan antara diplomasi publik dan diplomasi tradisional adalah bahwa diplomasi publik melibatkan kelompok yang

²³ *Ibid.*

²⁴ Hocking, Brian. 2005. "Rethinking the 'New' Public Diplomacy." *Studies in Diplomacy and International Relations*, 28–43. https://doi.org/10.1057/9780230554931_2.

lebih luas dari kedua belah pihak, dan serangkaian kepentingan yang lebih luas yang melampaui kepentingan pemerintah pada saat itu. diplomasi publik didasarkan pada premis bahwa citra dan reputasi sebuah negara adalah barang publik yang dapat menciptakan lingkungan yang mendukung atau melumpuhkan transaksi individu. Pekerjaan pada isu-isu tertentu akan memberi makan citra umum negara dan merefleksikannya kembali - baik dalam arah positif maupun negatif.²⁵

Lalu menurut Mark Leonard dkk, ada beberapa tujuan dari diplomasi publik. Pertama, diplomasi publik dapat meningkatkan hubungan masyarakat baik luar negeri maupun dalam negeri dengan suatu negara. Kedua, diplomasi publik dapat menumbuhkan apresiasi masyarakat terhadap suatu negara, yang akhirnya dapat menciptakan citra yang baik kepada negara tersebut, serta mempersuasi masyarakat untuk melihat dan memahami suatu isu dari perspektif yang sama. Ketiga, diplomasi publik dapat membangun hubungan yang kuat, dengan terlibat langsung dengan negara-negara asing sebagai tujuan wisata di bidang pendidikan, pariwisata, dan budaya yang dapat dipahami di negara tersebut untuk membangun hubungan yang kuat. Terakhir, diplomasi publik dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terkait posisi suatu negara, seperti mendorong seseorang atau suatu perusahaan ingin berinvestasi di suatu negara, menjadikan suatu daerah sebagai destinasi wisata, dll.²⁶

Untuk mencapai tujuan dari diplomasi publik tersebut, diperlukan upaya dalam implementasinya, Mark Leonard dkk membagi diplomasi publik menjadi 3

²⁵ Leonard, Mark, Catherine Stead, and Conrad Smewing. 2002. *Public Diplomacy* (London: Foreign Policy Centre). Search In.

²⁶ *Ibid.*

dimensi atau aspek untuk memastikan bahwa pesan tersebut tersampaikan dengan baik, antara lain:

a. *News Management* (Manajemen Berita)

Dimensi pertama dalam diplomasi publik menurut Mark Leonard dkk adalah *News Management*. Dimensi ini berfokus pada pengelolaan dan penyebaran informasi terkait dengan kepentingan suatu negara. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh aktor diplomasi publik dalam hal ini adalah negara, dilakukan secara terus menerus selama berlangsungnya proses diplomasi publik. Dalam dimensi ini, peran pers dan media sangat dibutuhkan untuk menyampaikan pesan sesuai dengan kepentingan diplomasi publik yang ingin dicapai. Negara dapat memanfaatkan segala bentuk media sebagai sarana penyebaran informasi baik media cetak maupun media elektronik. Dimensi ini dapat dikatakan berhasil apabila masyarakat yang dituju merespon dengan positif penyebaran informasi yang diberikan serta tercapainya aspek-aspek kepentingan nasionalnya dalam diplomasi publik.²⁷

b. *Strategic Communications* (Komunikasi Strategis)

Strategic communications menjadi dimensi kedua dalam diplomasi publik menurut Mark Leonard dkk. *Strategic communications* dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi seperti kampanye politik, yang artinya butuh waktu dan konsep dalam mempersiapkan nilai-nilai positif suatu negara. Tujuan pada dimensi kedua ini adalah untuk menciptakan, merubah, dan memberikan pengaruh persepsi publik terkait dengan kepentingan nasional. Dalam *strategic communications* dapat dilakukan dengan mengadakan serangkaian agenda dan kegiatan yang berkaitan

²⁷ *Ibid.*

dengan identitas suatu negara, seperti budaya, bahasa, pariwisata yang ditunjukkan kepada masyarakat internasional.²⁸

c. *Relationship Building* (Membangun Hubungan)

Dimensi yang terakhir dalam diplomasi publik menurut Mark Leonard dkk adalah *Relationship Building*. Dimensi ini bertujuan membangun hubungan jangka panjang dengan individu atau suatu pihak untuk mencapai kepentingan nasional dalam diplomasi publik. Membangun hubungan jangka panjang dalam dimensi ini dapat berupa kerja sama, pelatihan, beasiswa, pertukaran pelajar, dll. Dengan membangun hubungan jangka panjang dengan berbagai individu dan pihak tentu tujuannya adalah untuk menciptakan persepsi positif terhadap negara agar sesuai dengan keinginan atau kepentingan nasional terkait diplomasi publik suatu negara.²⁹

Maka dari itu, peneliti akan menganalisis bagaimana diplomasi publik Indonesia melalui penyelenggaraan FI Powerboat Danau Toba dengan menggunakan 3 dimensi diplomasi publik Mark Leonard dkk, yaitu *News Management*, *Strategic Communications*, dan *Building Relationship*.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada latar belakang tersebut, maka penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode ini nantinya akan menyajikan sebuah gambaran secara detail terkait permasalahan yang akan diteliti. Penjelasan

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*

dalam penelitian ini akan disusun dan disajikan menjadi susunan kata – kata dari *setting social* mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial.³⁰ Hasil dari penelitian ini akan memberikan gambaran terkait strategi diplomasi publik Indonesia melalui F1 Powerboat Danau Toba.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis untuk meneliti dan mencari data terkait diplomasi Indonesia melalui F1 Powerboat Danau Toba ialah menggunakan *library research*.³¹ Adapun yang dimaksud melalui buku/ *e-book*, jurnal, media massa, *working paper*, website resmi pemerintah dan sumber internet lainnya yang tentunya relevan dan kredibel untuk digunakan dalam penelitian ini. Serta penulis juga menggunakan beberapa platform media sosial untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini.

1.6.3 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan ialah kualitatif, yaitu menganalisis sebuah data yang menunjukkan kualitas suatu fenomena, lalu diubah dalam bentuk susunan kalimat. Teknik analisa data pada penelitian ini dengan mereduksi data, artinya penulis nantinya akan memilih dan menyesuaikan data dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini, kemudian menyusun data yang diperoleh dari *library research* secara sistematis untuk membentuk arah yang jelas berkaitan dengan topik yang dibahas.

1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian

³⁰ Silalahi, Uber. 2009. “Metode Penelitian Sosial.” 2009. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=694081>.

³¹ *Ibid.*

1.6.4.1 Batasan Materi

Agar penelitian yang dilakukan tidak jauh dan melebar dalam pembahasannya, maka penulis memberi batasan materi yang berfokus pada upaya diplomasi publik Indonesia melalui penyelenggaraan F1 Powerboat di Danau Toba.

1.6.4.2 Batasan Waktu

Peneliti juga memberikan batasan waktu dalam penelitian ini agar tidak melebar serta mempermudah peneliti untuk mengambil referensi, yaitu pada 2022 – 2024. Batasan waktu yang digunakan oleh peneliti karena Indonesian ditunjuk menjadi *host* dalam ajang F1 Powerboat pada tahun 2022 hingga pada penyelenggaraannya pada tahun 2023 dan 2024.

1.7 Argumen Pokok

Indonesia menggunakan F1 Poweboat sebagai diplomasi publiknya dalam upaya memperkenalkan dan mempromosikan Danau Toba sebagai destinasi wisata kepada masyarakat global. Ajang ini merupakan pertama kalinya ada diselenggarakan di Indonesia, olahraga ini cukup unik karena mempertandingkan perahu motor di air. Dalam ajang ini juga Indonesia secara aktif memanfaatkan teknologi dan informasi untuk menginformasikan kepada masyarakat global bahwa Danau Toba memiliki sektor pariwisata yang menjanjikan.

Dalam pelaksanaan diplomasi publiknya, Indonesia tentu memperhatikan aspek dalam diplomasi publiknya seperti *news managemen*, *strategic communications*, serta *building relationship*. Dengan memperhatikan ketiga aspek atau dimensi dalam diplomasi publik, maka pesan atau *national interest* Indonesia dapat tersampaikan oleh masyarakat global.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I	PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang 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 Praktis 1.3.2.2 Manfaat Akademis 1.4 Penelitian Terdahulu 1.5 Kerangka Konseptual 1.5.1 Diplomasi Publik 1.6 Metode Penelitian 1.6.1 Jenis Penelitian 1.6.2 Teknik Pengumpulan Data 1.6.3 Teknis Analisis Data 1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian 1.6.4.1 Batasan Materi 1.6.4.2 Batasan Waktu 1.7 Argumen Pokok
BAB II	INDONESIA SEBAGAI TUAN RUMAH <i>EVENT</i> F1 POWEBOAT 2.1 Penentuan Indonesia Sebagai Tuan Rumah F1 Powerboat 2.2 Dipilihnya Danau Toba Sebagai <i>Venue Event</i> F1 Powerboat 2.3 <i>Event</i> F1 Powerboat di Indonesia
BAB III	PELAKSANAAN DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA MELALUI GELARAN F1 POWERBOAT 3.1 Penyebaran Informasi <i>Event</i> F1 Powerboat Danau Toba Melalui Media (<i>News management</i>) 3.2 Agenda dan Kegiatan dalam <i>Event</i> F1 Powerboat Danau Toba (<i>Strategic Communication</i>) 3.3 Upaya Membangun Hubungan dalam <i>Event</i> F1 Powerboat Danau Toba (<i>Building Relationship</i>) 3.4 Elaborasi 3 Dimensi Diplomasi Publik Pada Pelaksanaan F1 Powerboat Danau Toba
BAB IV	PENUTUP

	4.1 Kesimpulan 4.2 Saran
--	---

