

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepak bola menjadi salah satu olahraga di dunia yang perkembangannya dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Hal tersebut bisa dilihat dari berbagai jenis perlombaan sepak bola yang dilaksanakan di tingkat lokal, nasional maupun internasional. Banyak sekali orang yang berbondong – bondong untuk menyaksikan perlombaan olahraga sepak bola. Animo masyarakat terhadap sepak bola pada tingkat manapun sangat tinggi sekali¹.

Perkembangan olahraga sepak bola yang terus menerus mengalami peningkatan diperhatikan oleh pemerintah negara. Di era modern banyak negara yang menggunakan sepak bola sebagai alat nation branding dan untuk mendapatkan kepentingan nasional negaranya². Kepentingan nasional adalah sejumlah kebijakan yang bertujuan untuk memajukan dan mensejahterakan suatu negara melalui berbagai sektor seperti ekonomi, militer ataupun budaya.

Pada zaman sekarang diplomasi yang dilakukan oleh suatu negara tidak semuanya menggunakan diplomasi *hard power*, namun diplomasi *soft power* mendapatkan banyak sekali respon positif dari masyarakat internasional³. Salah

¹ Ardiyanto Erwin Dwi and Putri Agus Wijayati, “Perjuangan Bumiputera Melalui Persatoean Sepakraga Seloeroeh Indonesia (PSSI) Di Jawa Tahun 1930 - 1942,” *Journal of Indonesian History* 11, no. 1 (2023): 86, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jih/article/view/64418/24740>.

² Anirotul Qoriah, “Nasionalisme Olahraga,” *Media Ilmu Keolahragaan Indonesia* 5, no. 2 (2015): 2, <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/miki/article/view/7877>.

³ Zakky Bayu Nugroho, “Sepakbola Sebagai Alat Diplomasi Australia Di Kawasan Asia,” *Jurnal Hubungan Internasional*, 2018, 3, <https://etd.umy.ac.id/26004/11/Naskah Publikasi.pdf>.

satu diplomasi menggunakan cara *soft power* adalah nation branding melalui dunia sepak bola. Sepak bola yang mempunyai massa atau penonton yang sangat luas bisa menjadikan keuntungan bagi suatu negara apabila ingin melakukan branding kepada negaranya. Pada penelitian ini, salah satu negara yang akan dibahas melakukan nation branding melalui sepak bola adalah negara Arab Saudi.

Negara Arab Saudi memanfaatkan sepak bola menjadi salah satu bentuk nation branding negaranya bertujuan untuk tercapainya kepentingan nasionalnya yaitu program Saudi Vision 2030. Program tersebut adalah sebuah bentuk nation branding dari Arab Saudi. Konsep dari Saudi Vision 2030 adalah adanya diversifikasi perekonomian. Arab Saudi mempunyai tujuan untuk tidak bergantung pada pendapatan negara yang utama kepada penjualan minyak bumi. Salah satu bentuk usaha diversifikasi ekonominya adalah melalui sektor olahraga sepak bola. Beberapa kepentingan nasional negara Arab yang diharapkan berhasil melalui sepak bola adalah mendapatkan citra yang positif, menaikkan citra negara Arab Saudi, menarik wisatawan mancanegara, dan lain – lain⁴.

Menteri Olahraga Arab Saudi yaitu Pangeran Abdulaziz bin Turki Al-Faisal menjelaskan bahwa olahraga menjadi salah satu strategi untuk mencapai target Saudi Vision 2030⁵. Tujuan untuk pencapaian target tersebut dilakukan Arab Saudi salah satunya dengan menaikkan citra yang positif di mata dunia internasional. Dengan menyelenggarakan acara olahraga internasional, meningkatkan liga

⁴ Nashirul Haq, "Ambisi Sepak Bola Arab Saudi Adalah Proyek Jangka Panjang," *Hidayatullah.Com*, 2023, <https://hidayatullah.com/spesial/analisis/2023/08/22/256737/ambisi-sepak-bola-arab-saudi-adalah-proyek-jangka-panjang.html>.

⁵ Dan Roan, "Saudi Arabia World Cup 2034: Sports Minister Defends State's Right to Host," *BBC*, December 8, 2023.

domestik, dan menarik pemain global, kerajaan berupaya memperbaiki citra negara, mempromosikan gaya hidup sehat, serta mendukung Saudi Vision 2030. Menurutnya, olahraga juga berfungsi sebagai jembatan untuk memperkenalkan Arab Saudi ke dunia, menarik investasi asing dan meningkatkan citra yang positif.

Pada tahun 2021 – 2023 negara Arab Saudi gencar sekali melakukan nation branding melalui dunia olahraga yaitu sepak bola. Pada tahun 2021 Pangeran Arab Saudi yaitu Mohammed bin Salman melakukan pembelian klub sepak bola yang ada di Inggris yaitu Newcastle United⁶. Pembelian klub sepak bola tersebut menjadi salah satu langkah awal bagi Arab Saudi melakukan nation branding melalui dunia olahraga sepak bola. Kemudian dilanjutkan pada tahun 2023, salah satu klub sepak bola yang berada di Arab Saudi yaitu Al Nassr yang dimiliki oleh kerajaan Arab mendatangkan mega bintang sepak bola dunia yaitu Cristiano Ronaldo melalui bebas transfer. Kedatangan Cristiano Ronaldo ke klub Arab Saudi membuat terkejut dunia sepak bola internasional.

Kedatangan Cristiano Ronaldo ke Liga Arab Saudi juga menjadi magnet atau daya tarik bagi pemain sepak bola bintang dunia yang lainnya⁷. Pada bulan juni – september 2023 banyak sekali pemain bintang sepak bola dunia mengikuti jejak Cristiano Ronaldo untuk bermain di Liga Arab Saudi. Nama – nama bintang yang datang di liga Arab Saudi seperti Neymar, Benzema, Kante, Ruben Neves,

⁶ Kefa Yazid Rizqullah, “Agenda Arab Saudi Dibalik Pembelian Newcastle United Football Club Melalui Public Investment Fund Skripsi” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022), [http://digilib.uinsa.ac.id/61214/2/Kefa Yazid Rizqullah_I02218014.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/61214/2/Kefa%20Yazid%20Rizqullah_I02218014.pdf).

⁷ Ervan Yudhi Tri Atmoko, “Mengenal Saudi Professional League Panggung Baru Cristiano Ronaldo,” [kompas.com](https://www.kompas.com/sports/read/2023/01/01/07000088/mengenal-saudi-professional-league-panggung-baru-cristiano-ronaldo), 2023, <https://www.kompas.com/sports/read/2023/01/01/07000088/mengenal-saudi-professional-league-panggung-baru-cristiano-ronaldo>.

Laporte, Brozovic, dan lain – lain. Semakin banyaknya bintang sepak bola yang berada di Liga Arab Saudi membuat semakin banyak mata masyarakat internasional tertuju pada Liga tersebut.

Perkembangan sepak bola di Arab Saudi mulai terjadi pada era 1940-an. Pada era tersebut permainan olahraga sepak bola mulai dimainkan di berbagai kota yang ada di Arab Saudi. Pada tahun 1956 Arab Saudi mendirikan Asosiasi sepak bola Arab Saudi. Adanya asosiasi sepak bola tersebut membuat sepak bola di Arab Saudi semakin berkembang dan semakin tertata. Pada tahun 1976 asosiasi sepak bola Arab Saudi membentuk untuk pertama kali liga sepak bola secara professional. Tujuan membentuk liga sepak bola secara professional tersebut untuk meningkatkan standar sepak bola yang ada di negara Arab Saudi. Dengan adanya liga *professional* tersebut, sepak bola di Arab Saudi mulai berkembang dan standarnya mulai meningkat.

Pada era 1980 – 2000 an liga Arab Saudi semakin kompetitif persaingannya, terdapat 3 klub yang menjadi pengoleksi gelar terbanyak liga yaitu Al Nassr, Al Hilal dan Al Ittihad⁸. Kemudian pada era 2000-an sampai sekarang, Liga Arab Saudi semakin kompetitif. Beberapa klub yang menjadi juara di liga Arab Saudi juga bisa bersaing di kancah kawasan Asia. Ada beberapa klub Arab Saudi yang menjadi juara Liga Champions Asia.

⁸ Arief Farizham, “Hanya 4 Tim Ini Saja Yang Menjadi Acuan Perkembangan Saudi Pro League, Mengapa?,” *Jurnal Soreang*, September 6, 2023, <https://jurnalsoreang.pikiran-rakyat.com/olahraga/pr-1017089428/hanya-4-tim-ini-saja-yang-menjadi-acuan-perkembangan-saudi-pro-league-mengapa>.

Pada zaman sekarang liga Arab Saudi mengalami perkembangan yang sangat signifikan dengan datangnya berbagai pemain bintang sepak bola dunia ke Liga Arab Saudi. Kedatangan banyak pemain bintang sepak bola membuat semakin kompetitifnya liga Arab Saudi⁹. Selain pemain bintang sepak bola yang datang, terdapat juga beberapa pelatih top eropa yang menjadi pelatih di beberapa klub Arab Saudi. Beberapa pelatih top eropa seperti legenda Liverpool dan Inggris yaitu Steven Gerrard, Nuno Espirito Santo, Matthias Jaissle, Slaven Bilic dan lain – lain.

Melalui olahraga sepak bola kerajaan Arab Saudi berusaha untuk menciptakan citra yang positif terhadap negaranya dan berusaha melakukan promosi yang bertujuan untuk mencapai kepentingan nasional negara Arab Saudi. Atas dasar tersebut, penulis tertarik untuk melihat upaya Arab Saudi melakukan nation branding melalui olahraga sepak bola.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan melalui latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan diangkat adalah **“Bagaimana strategi Nation Branding Arab Saudi melalui sepak bola pada tahun 2021 -2024?”**

⁹ Firmanda Dwi Septiawan, “Imbas Kedatangan Cristiano Ronaldo Ke Arab Saudi, Pendapatan Liga Naik 650 Persen,” Jawapos.com, 2023, <https://www.jawapos.com/sepak-bola-dunia/012892706/imb-askedatangan-cristiano-ronaldo-ke-arab-saudi-pendapatan-liga-naik-650-persen>.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang diatas maka penulis akan merumuskan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang nation branding negara Arab Saudi melalui sepak bola pada tahun 2021-2024. Selain itu, penelitian ini juga meneliti terkait upaya pemerintah Arab Saudi dalam menyukseskan nation branding melalui negaranya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Akademis

Untuk manfaat akademis, diharapkan dengan adanya penelitian ini akan menambah wawasan literatur mengenai Nation Branding Arab Saudi melalui sepak bola. Selain itu, juga diharapkan penelitian ini bisa membantu sebagai bidang keilmuan dan sumber referensi maupun sumber riset. Penelitian ini juga diharapkan membantu dalam penelitian selanjutnya serta memberikan informasi yang relevan di Hubungan Internasional dalam menyikapi Nation Branding Arab Saudi melalui sepak bola yang menjadi fenomena di berbagai negara.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini akan memberikan kontribusi signifikan bagi penulis. Penelitian ini telah membantu penulis mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai nation branding yang dilakukan Arab Saudi.

1.4 Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk menganalisa penelitian yang sudah ada sebelumnya terkait nation branding melalui olahraga sehingga dapat mencegah terjadinya kesamaan dengan penelitian sebelumnya serta memberikan bantuan kemajuan penelitian atas penelitian sebelumnya pada sisi yang lain. Penelitian terdahulu juga memiliki fungsi untuk memperkaya informasi terkait penelitian yang dilakukan karena topik penelitian yang diangkat mempunyai kemiripan kasus maupun kedekatan sebagai referensi yang dibutuhkan penulis. Beberapa penelitian terdahulu tersebut dibagi menjadi dua yakni, pertama membahas mengenai sepak bola di Arab Saudi, kedua peran pemerintah dalam industri sepak bola. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang menjadi tambahan informasi atas penulisan penelitian studi ini.

1.4.1 Sepak Bola di Negara Arab Saudi

Penelitian pertama merupakan jurnal penelitian yang dilakukan oleh **Ardia Yunda Fauzul dan Basuni Imamuddin** pada tahun 2023 yang berjudul **“The Development Dynamics Of Football and Its Influence On Conservatism Culture In Saudi Arabia”**¹⁰. Pada penelitian ini penulis menggunakan teori *social change* dari John Lewis Gillin dan John Phillip Gillin. Penulis dalam penelitian ini akan menjelaskan dinamika perkembangan sepak bola di Arab Saudi dan pengaruh terhadap budaya konservatisme.

¹⁰ Ardia Yunda Fauzul and Basuni Imamuddin, “The Development Dynamics of Football and Its Influence on Conservatism Culture in Saudi Arabia,” *International Review of Humanities Studies* 8, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.7454/irhs.v8i2.1125>.

Penulis dalam penelitian ini menjelaskan sejarah sepak bola Arab Saudi yang diawali dengan terbentuknya federasi sepak bola Arab Saudi pada tahun 1956. Dimulai dengan terbentuknya federasi tersebut, kemudian diadakannya liga sepak bola professional pertama di Arab Saudi yang diikuti beberapa klub sepak bola. Setelah itu, sepak bola Arab Saudi terus mengalami perkembangan dan hasil dari adanya kompetisi sepak bola di Arab Saudi menciptakan timnas sepak bola yang berkualitas. Beberapa kali timnas Arab Saudi mengikuti pertandingan sepak bola di kancah internasional seperti Piala Dunia dan Piala Asia.

Semakin berkembangnya sepak bola Arab Saudi memberikan pengaruh yang luas, terutama pada perilaku sosial budaya masyarakat. Arab Saudi yang mempunyai sejarah sebagai negara yang konservatif dan berideologi wahabisme. Bentuk negara Arab Saudi yang seperti itu membuat beberapa kali gagasan kemajuan sering terhambat karena ideologi yang diyakini negara Arab Saudi. Namun, zaman yang terus menerus mengalami perkembangan dan perubahan menuntut Arab Saudi untuk beradaptasi dengan hal tersebut. Selain itu, adanya kondisi tersebut mendorong Arab Saudi melakukan reformasi di budaya sosial, budaya, dan lain – lainnya.

Sepak bola di Arab Saudi merupakan salah satu olahraga yang mempunyai sejarah panjang. Popularitas sepak bola di Arab Saudi kerap dipandang negatif oleh ulama yang konservatif. Sepak bola dinilai oleh beberapa ulama tersebut adalah olahraga yang membuang waktu dan bertentangan dengan ajaran islam. Menurut para ulama konservatif tersebut hanya olahraga panahan dan berkuda yang tidak bertentangan dengan ajaran islam.

Adanya persepsi yang negatif terhadap sepak bola di Arab Saudi tentunya menghambat perkembangan sepak bola. Hal tersebut dikarenakan ulama mempunyai pengaruh yang kuat di kerajaan Arab Saudi. Namun, pada kepemimpinan Raja Salman Bin Abdul Aziz dan Muhammad Bin Salman perlahan – perlahan menyingkirkan atau mengeliminasi pihak – pihak yang menghambat perkembangan sepak bola di Arab Saudi.

Raja Salman dan Pangeran Salman atau MBS menempatkan olahraga menjadi salah satu prioritas nasional untuk keberhasilan Saudi Vision 2030. Olahraga dipandang sebagai bentuk untuk mendorong gaya hidup yang sehat di masyarakat dan diharapkan bisa menjadi kontributor pendapatan non – minyak bumi untuk negara Arab Saudi. Oleh karena itu beberapa hal kebijakan konservatif di Arab Saudi mulai dilonggarkan meskipun hal tersebut mempunyai potensi untuk merubah atau merugikan ideologi konservatif yang sudah dianut sejak awal.

Pelonggaran beberapa kebijakan yang dianggap konservatif mempunyai tujuan untuk mendorong masyarakat mempunyai peran dalam peningkatan perekonomian negara. Olahraga menjadi salah satu bidang yang dapat mengawali perubahan di masyarakat, hal tersebut dikarenakan olahraga menjadi salah satu sektor yang populer di Arab Saudi. Beberapa kebijakan yang dilakukan oleh kerajaan seperti diperbolehkannya perempuan untuk menonton sepak bola di stadion, pembentukan kompetisi dan timnas wanita dan diperbolehkannya perlakuan khusus bagi pemain sepak bola asing. Kebijakan – kebijakan tersebut menegaskan bahwasannya Arab Saudi mulai untuk membuka diri dan menjadi negara yang moderat yang tidak konservatif.

Penelitian kedua merupakan jurnal penelitian yang dilakukan oleh **Hassan Othman H. AlAbdullah** pada tahun 2022 dengan judul “**The Association between Saudi Football Clubs and the Loyalty of Their Fanbase, a Cross-Sectional Study**”¹¹. Pada penelitian ini, penulis menggunakan konsep loyalitas. Penulis pada penelitiannya berusaha menjelaskan hubungan klub sepak bola di Arab Saudi dengan loyalitas fanbasenya.

Penulis dalam penelitiannya menjelaskan mengenai industri sepak bola yang dari tahun ke tahun terus mengalami perkembangan. Industri sepak bola adalah salah satu industri yang mempunyai pasar yang luas dan besar. Selain itu, dari segi pendapatan juga termasuk menjadi salah satu yang terbesar.

Klub sepak bola mempunyai tujuan untuk membuat basis massa atau fans yang sebesar – besarnya guna untuk mendukung kemajuan industri sepak bola klubnya. Pada penelitian ini mengambil kasus di negara Arab Saudi. Sepak bola menjadi salah satu olahraga yang populer di Arab Saudi. Penulis menjelaskan bagaimana hubungan klub sepak bola dengan para fansnya yang akan membentuk sebuah dampak saling menguntungkan.

Menurut data yang diperoleh oleh penulis pada penelitian ini, menjelaskan bahwasannya 50% lebih responden mempunyai ikatan secara langsung dengan klub sepak bola favoritnya. Mereka mempunyai ikatan dengan cara membeli *merchandise* klub, menonton secara langsung di stadion, dan lain – lain. Melalui

¹¹ Hassan Othman H. AlAbdullah, “The Association between Saudi Football Clubs and the Loyalty of Their Fanbase, a Cross-Sectional Study.,” *International Journal of Scientific Research and Management* 10, no. 09 (2022), <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v10i9.em03>.

data tersebut, dapat diketahui bahwasannya *fans* sepak bola di Arab Saudi mempunyai animo yang tinggi terhadap olahraga tersebut. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwasannya para penggemar sepak bola di Arab Saudi mempunyai tingkat kelayolitasannya yang tinggi terhadap klub sepak bola favoritnya.

Penelitian ketiga merupakan jurnal penelitian yang dilakukan oleh **Vitas Rafael Carosella** pada tahun 2022 dengan judul **“Football as Soft Power : The Political Use of Football in Qatar, the United Arab Emirates and the Kingdom of Saudi Arabia”**¹². Pada penelitian ini penulis menggunakan konsep *soft power* untuk menjelaskan sebuah fenomena yang akan dilakukan penelitiannya.

Pada penelitian ini penulis menyebutkan bahwasannya Arab Saudi merupakan aktor baru dalam industri sepak bola dunia. Arab Saudi merupakan negara sekian di wilayah Timur Tengah yang terjun langsung ke industri sepak bola. Terdapat beberapa negara seperti Qatar, Uni Arab Emirates dan negara timur tengah lainnya yang sudah lebih awal terjun langsung ke industri sepak bola.

Kerajaan Arab Saudi mengikuti beberapa negara Timur Tengah yang terjun langsung ke industri sepak bola, karena sudah terlihat keberhasilannya dan banyak sekali memperoleh keuntungan dari hal tersebut. Arab Saudi ingin mengubah citra yang negatif di mata masyarakat internasional. Adanya citra tersebut dikarenakan terjadinya beberapa kejadian yang menjadikan Arab Saudi mempunyai citra negatif.

¹² Vitas Rafael Carosella, “Football as Soft Power: The Political Use of Football in Qatar, the United Arab Emirates and the Kingdom of Saudi Arabia,” *Abdou Filali-Ansary Occasional Paper Series 8* (2022), https://ecommons.aku.edu/uk_ismc_series_ops.

Arab Saudi yang menjadi tuan rumah Piala Super Spanyol dan melakukan pembelian klub sepak bola Inggris yaitu Newcastle United mempunyai dampak yang positif. Arab Saudi melakukan perubahan progresif yang menciptakan hubungan Arab Saudi dengan negara – negara lainnya. Arab Saudi yang melakukan proyek kegiatan tersebut mempunyai tujuan untuk mengalihkan perhatian masyarakat internasional terhadap beberapa permasalahan yang dihadapi Arab Saudi.

Penggunaan sepak bola menjadi salah satu bentuk membuat citra terhadap negara Arab Saudi dinilai cukup memperoleh hasil yang positif. Negara Arab Saudi sejak adanya proyek tersebut dikenal sebagai negara yang mulai progresif. Selain itu, dikenalnya Arab Saudi dengan sebutan tersebut membuat beberapa permasalahan seperti pelanggaran HAM dilupakan atau dialihkan. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwasannya hubungan olahraga sepak bola dengan politik mempunyai timbal balik yang menguntungkan.

1.4.2 Peran Pemerintah dalam Industri Olahraga Sepak Sola

Penelitian keempat merupakan skripsi yang dilakukan oleh **Muhammad Ghaits Falah** pada tahun 2023 dengan judul **“Kepentingan Nasional Arab Saudi dalam Akuisis Newcastle United FC Melalui Public Investment Fun Pada Tahun 2021”**¹³. Pada penelitian ini penulis menggunakan konsep kepentingan nasional sebagai kerangka teori. Kepentingan nasional memiliki 4 dimensi yang

¹³ Muhammad Ghaits Falah, “Kepentingan Nasional Arab Saudi Dalam Akuisisi Newcastle United Fc Melalui Public Investment Fund Pada Tahun 2021” (Universitas Sriwijaya, 2023), <http://repository.unsri.ac.id/id/eprint/106940>.

hendak dicapai, antara lain : kepentingan ekonomi, kepentingan tata dunia, kepentingan pertahanan, kepentingan ideologi.

Penulis pada penelitian ini menjelaskan kebergantungan Arab Saudi dengan minyak bumi. Arab Saudi memperoleh keuntungan yang sangat besar dengan adanya sumber daya alam tersebut. Hal tersebut juga meningkatkan pendapatan kerajaan Arab Saudi. Kemudian, pada tahun 1971 kerajaan Arab Saudi mendirikan sebuah lembaga sovereign wealth fund yang mempunyai tujuan untuk menginvestasikan pendapatan negara ke dalam aset atau sektor lainnya yang diberi nama Public Investment Fund (PIF).

Adanya program Saudi Vision 2030 yang dicanangkan oleh Muhammad Bin Salman (MBS), membuat peran PIF dalam posisi yang penting. Dengan program tersebut membuat PIF mempunyai peran melakukan investasi di berbagai perusahaan internasional. Salah satu bentuk contoh dari peran PIF adalah pembelian klub sepak bola asal Inggris yaitu Newcastle United FC.

Pembelian klub Newcastle United merupakan sebuah langkah yang dilakukan oleh kerajaan Arab Saudi untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Salah satu kepentingan nasional Arab Saudi yang hendak dicapai adalah pembersihan citra negatif yang terbentuk di mata masyarakat internasional.

Pada penelitian ini penulis menunjukkan bahwasannya pembelian klub Newcastle United FC hanya memenuhi satu kepentingan nasional Arab Saudi yaitu kepentingan tata dunia. Penelitian ini menunjukkan pembelian klub bola tersebut

digunakan sebagai sarana sportwashing yang bertujuan untuk membersihkan citra negatif negara Arab Saudi melalui olahraga.

Penelitian kelima merupakan jurnal penelitian yang dilakukan oleh **Hussa Al-Khalifa dan Anna Farello** pada tahun 2020 dengan judul **“The soft power of Arab women’s football : changing perceptions and building legitimacy through social media”**¹⁴. Pada penelitian ini penulis menggunakan konsep legitimasi olahraga yang menjadi penghubung konsep *soft power* dengan tujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena yang terjadi.

Pada penelitian ini, penulis menjelaskan penggunaan media sosial dalam ranah sepak bola wanita adalah sebuah alat pelengkap yang bertujuan untuk membangun pengembangan olahraga. Selain itu, juga digunakan sebagai strategi *soft power* yang bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat nasional maupun internasional.

Penelitian ini menjelaskan bahwasannya hadirnya asosiasi sepak bola Arab Saudi di media sosial adalah bertujuan untuk berdialog dengan penggemar dan membangun citra positif. Media sosial dinilai sebagai salah satu alat yang efektif untuk sebagai alat negara melakukan kebijakan *soft power* yang berguna membangun sebuah citra terhadap suatu negara.

¹⁴ Husa K. AlKhalifa and Anna Farello, “The Soft Power of Arab Women’s Football: Changing Perceptions and Building Legitimacy through Social Media,” *International Journal of Sport Policy and Politics* 13, no. 2 (2021): 241–57, <https://doi.org/10.1080/19406940.2020.1854327>.

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

NO	JUDUL DAN NAMA PENELITIAN	JENIS PENELITIAN DAN ALAT ANALISA	HASIL
1	<p>Penelitian pertama merupakan jurnal penelitian oleh Ardia Yunda Fauzul dan Basuni Imamuddin yang berjudul The Development Dynamics Of Football and Its Influence On Conservatism Culture In Saudi Arabia</p>	<p>Jenis Penelitian : Deskriptif Alat Analisa : Konsep social change</p>	<p>Popularitas dan perkembangan di Arab Saudi mendapatkan pandangan yang negatif dari para ulama konservatif. Meskipun demikian, sepak bola tetap menjadi olahraga yang populer di masyarakat. Sebagai olahraga, sepak bola mempunyai pengaruh terhadap sektor sosial budaya masyarakat Arab Saudi. Adanya Saudi Vision 2030 dalam sektor olahraga sepak bola menjadikan Arab Saudi menjadi negara yang moderat. Selain itu, pemanfaatan sepak bola juga membawa perubahan dalam segi sosial budaya masyarakat Arab Saudi.</p>
2.	<p>Penelitian kedua merupakan jurnal penelitian oleh Hassan Othman H. AlAbdullah dengan judul The Association between Saudi Football Clubs and the Loyalty of Their Fanbase, a Cross-Sectional Study</p>	<p>Jenis Penelitian : Deskriptif Alat Analisa : Konsep Loyalitas</p>	<p>Industri sepak bola mempunyai pasar yang luas, termasuk di Arab Saudi. Target penting bagi klub sepak bola adalah menciptakan basis massa yang loyal atau setia. Fans sepak bola di Arab Saudi memiliki kelayalitan yang cukup tinggi terhadap klub sepak bola favoritnya. Hal tersebut diketahui dari data yang diperoleh dimana fans sepak bola hampir seluruhnya pernah berkontak secara langsung dengan klub favoritnya</p>

3.	<p>Penelitian ketiga merupakan jurnal penelitian oleh Vitas Rafael Carosella dengan judul “Football as Soft Power : The Political Use of Football in Qatar, the United Arab Emirates and the kingdom of Saudi Arabia”</p>	<p>Jenis Penelitian : Deskriptif</p> <p>Alat Analisa : Konsep Soft Power</p>	<p>Penggunaan sepak bola menjadi salah satu bentuk membuat citra terhadap negara Arab Saudi dinilai cukup memperoleh hasil yang positif. Negara Arab Saudi sejak adanya proyek tersebut dikenal sebagai negara yang mulai progresif. Selain itu, dikenalnya Arab Saudi dengan sebutan tersebut membuat beberapa permasalahan seperti pelanggaran HAM dilupakan atau dialihkan. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwasannya hubungan olahraga sepak bola dengan politik mempunyai timbal balik yang menguntungkan.</p>
4.	<p>Penelitian keempat merupakan skripsi oleh Muhammad Ghaitis Falah dengan judul Kepentingan Nasional Arab Saudi dalam Akuisis Newcastle United FC Melalui Public Investment Fund Pada Tahun 2021</p>	<p>Jenis Penelitian : Deskriptif</p> <p>Alat Analisa : Konsep Kepentingan Nasional</p>	<p>Arab Saudi melalui Public Investment Fund (PIF) dalam melakukan pengakuisian klub Newcastle United bertujuan untuk mencapai 4 kepentingan nasionalnya. Pengakuisisian klub bola tersebut digunakan sebagai sportwashing bagi Arab Saudi untuk membersihkan citra negatif melalui olahraga.</p>
5.	<p>Penelitian kelima merupakan jurnal penelitian oleh Hussa Al-Khalifa dan Anna Farello dengan judul The soft power of Arab women’s football : changing perceptions and building legitimacy through social media</p>	<p>Jenis Penelitian : Deskriptif</p> <p>Alat Analisa : Konsep Soft Power</p>	<p>Media sosial menjadi salah satu media tempat untuk menciptakan citra positif terhadap sepak bola perempuan di Arab Saudi. Selain itu, media sepak bola asosiasi perempuan Arab Saudi digunakan untuk mengalihkan perhatian publik dari berbagai permasalahan di Arab Saudi seperti kasus pelanggaran HAM. Sepak bola digunakan sebagai alat soft power oleh Arab Saudi melalui media sosial.</p>

1.5 Kerangka Konseptual

1.5.1 Konsep Nation Branding

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan kerangka konseptual nation branding untuk menjelaskan fenomena kasus yang akan diteliti. Nation branding merupakan sebuah konsep yang mulai muncul pada era 1990-an. Istilah nation branding sendiri diciptakan oleh Simon Anholt pada tahun 1996.

Simon Anholt menjelaskan mengenai istilah nation branding melalui pendekatan yang menggabungkan beberapa keilmuan seperti ilmu sosiologis, budaya serta sejarah. Nation branding digunakan oleh suatu negara untuk melakukan komunikasi dengan dunia luar yang bertujuan untuk menampilkan citra yang positif terhadap negaranya. Komunikasi tersebut melalui berbagai cara seperti melalui diplomasi publik, pariwisata, perdagangan, dan ekspor impor.

Menurut Simon Anholt fenomena nation branding yang dilakukan oleh suatu negara adalah salah satu cara untuk menciptakan citra yang positif terhadap negaranya¹⁵. Citra yang positif terhadap suatu negara tersebut merupakan sebuah aset atau keunggulan dari negara tersebut yang bertujuan untuk membuat sebuah identitas terhadap negaranya. Melalui nation branding, suatu negara bisa dikenal oleh masyarakat internasional sebagai negara tertentu. Citra yang positif tersebut penting bagi suatu negara untuk dapat menarik wisatawan dari mancanegara¹⁶.

¹⁵ Simon Anholt, *Brand New Justice: How Branding Places And Products Can Help The Developing World* (Routledge, 2004).

¹⁶ Muhammad Yamin, "Implementasi Konsep Nation Branding Anholt Dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta-Palembang 2018," *Indonesian Journal of International Relations* 4, no. 2 (2020): 114–41, <https://doi.org/10.32787/ijir.v4i2.122>.

Menurut Simon Anholt nation branding adalah sebuah cara dari suatu negara untuk membentuk opini terhadap target kelompok masyarakat tertentu melalui 6 aspek : pariwisata, ekspor, masyarakat, pemerintahan, kebudayaan dan warisan budaya, serta investasi dan imigrasi.

Gambar 1.1 Aspek National Branding Versi Simon Anholt



Sumber : Brand New Justice (2003)

Simon Anholt menjelaskan bahwasannya apabila sebuah negara ingin melakukan peningkatan citra secara luas atau internasional, negara tersebut harus melakukan pengembangan produk dan pemasaran yang digabungkan menjadi sebuah identitas dari negara tersebut. Keenam aspek yang disebutkan oleh Simon Anholt tersebut harus dijalankan secara konsisten dan harus dilakukan pengembangan terus menerus untuk meningkatkan citra suatu negara¹⁷.

¹⁷ Sri Rahayu and Reni Kristina Arianti, "Persepsi National Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor Ke Jepang Dan Australia," *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 8, no. 2 (2014): 183–208, <https://doi.org/10.30908/bilp.v8i2.82>.

Simon Anholt menjelaskan ada 3 komponen utama untuk pengembangan produk dan pemasaran yaitu :

1. Strategi, yang dimaksud adalah mengenai bagaimana menemukan identitas dari suatu negara. Apa yang akan menjadi identitas negara harus diketahui agar bisa dijalankan dengan konsisten
2. Subtansi, mengenai bagaimana cara untuk mengeksekusi strategi yang berkaitan dengan 6 aspek yang disebutkan Simon Anholt yaitu ekspor (ekonomi), pemerintahan (hukum dan politik), kebudayaan (sosial dan budaya), investasi dan pariwisata.
3. Tindakan simbolis, yaitu mengenai tindakan – tindakan mengenai kebijakan yang dibuat untuk memenuhi 6 aspek tersebut dan yang akan bisa menarik perhatian masyarakat internasional.

Suatu negara melakukan nation branding terhadap negaranya tidak bisa dilepaskan dengan arus globalisasi yang semakin kencang. Adanya arus globalisasi yang semakin lama semakin kencang membuat negara antar negara saling bersaing satu sama lain untuk menarik perhatian para wisatawan, investor, media dan lain – lain. Negara yang mempunyai nation branding kuat akan menjadi incaran dari beberapa pihak tersebut. Hal tersebut akan sangat menguntungkan negara tersebut karena pusat perhatian masyarakat internasional akan tertuju kepada negaranya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis akan menjelaskan secara deskriptif dengan memberikan penjelasan terkait jawaban antar pertanyaan apa, siapa, kapan, berapa dan di mana dengan menunjukkan fakta – fakta atas apa yang terjadi¹⁸. Maka dari itu fokus penelitian ini akan berusaha untuk menjelaskan nation branding Arab Saudi melalui sepak bola dengan menggunakan konsep nation branding Simon Anholt

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisa data dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dimana metode penelitian ini pada dasarnya dikatakan sebagai salah satu cara untuk mengetahui, mendapatkan dan membuktikan data yang ingin dikemukakan, dikembangkan serta juga dibuktikan.

Penggunaan metode analisa data diwujudkan dalam penafisan data yang diperoleh oleh penulis dalam teks dan akan dijelaskan kembali hasil temuannya kemudian menyusunnya untuk mendapatkan kesesuaian data yang diteliti dan akhirnya akan dihubungkan dengan teori yang sudah dipilih. Sehingga dalam penelitian ini penulis akan bisa memaparkan penggunaan konsep nation branding dari Simon Anholt untuk menjelaskan nation branding Arab Saudi melalui sepak bola, sehingga bisa menghasilkan suatu pemabahan atas fenomena yang menjadu topik dari penelitian.

¹⁸ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, cet. 7 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011, n.d.), <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22622>.

1.6.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.6.3.1 Batasan Materi

Batasan materi dalam penelitian ini ditujukan untuk mengarahkan penulis agar tetap terarah dan konsisten dalam membuat pembahasan sehingga untuk penelitian yang dibahas penulis ini yaitu “Nation Branding di Arab Saudi melalui Sepak Bola”.

1.6.3.2 Batasan Waktu

Batasan waktu penelitian yang digunakan adalah dari tahun 2021 hingga pada tahun 2024 dikarenakan pada tersebut tema nation branding Arab Saudi melalui sepak bola mulai gencar dilakukan. Hal tersebut bisa diperhatikan dengan adanya pembelian klub sepak bola di liga inggris dan adanya fenomena kedatangan pemain bintang sepak bola dunia menuju liga sepak bola professional Arab Saudi. Atas adanya fenomena tersebut menunjukkan bahwa adanya fokus penting pada tahun tersebut untuk meneliti nation branding Arab Saudi melalui sepak bola.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *library research*. Teknik tersebut adalah sebuah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mendapatkan kajian data yang berhubungan dengan topik yang sedang diteliti. Teknik pengumpulan data ini juga berarti melakukan penelaahan terhadap buku literatur, catatan serta berbagai laporan yang berhubungan dengan topik yang dibahas. Tahapan – tahapan pengumpulan data dilakukan dengan cara berikut ini :

- 1) Mengumpulkan data yang diperlukan mengenai topik yang akan diteliti yaitu nation branding suatu negara, dengan tujuan mencari hubungan fenomena dengan sumber data yang diterima agar diperoleh hasil yang sesuai.
- 2) Penulis akan mencari informasi dengan meninjau situs internet berupa berita online yang berhubungan dengan topik ini agar memudahkan mencari kebaruan dari topik yang diteliti.
- 3) Penggunaan jenis data yang ditelaah dalam penelitian adalah buku, skripsi, jurnal, laporan penelitian, hasil berita maupun hal lainnya yang dinilai berhubungan dengan kasus yang sedang diteliti.
- 4) Menelaah data dan mengolahnya dengan menafsirkan data – data tersebut sampai mengetahui data mana saja yang sesuai untuk dipakai dalam membuat penelitian ini.
- 5) Menganalisis data dengan teori untuk mengetahui hipotesis yang didapatkan dari hasil penelitian.

1.7 Argumen Dasar

Nation branding adalah bentuk cara dari suatu negara untuk menciptakan citra yang positif terhadap negaranya. Nation branding bisa digunakan oleh setiap negara untuk mencapai salah satu kepentingan nasionalnya. Banyak cara yang bisa dilakukan oleh negara untuk melakukan nation branding, seperti melalui sektor ekonomi, politik, olahraga dan lain – lainnya.

Nation branding menjadi salah satu cara bagi suatu negara untuk membuat citra terhadap negaranya di masyarakat internasional. Cara ini merupakan salah satu

bentuk soft power diplomasi yang dilakukan oleh suatu negara. Penggunaan *soft power* diplomasi pada era berakhirnya perang dingin sampai sekarang efektif digunakan untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara. Hal tersebut dikarenakan pada era tersebut hingga sekarang, negara sangat menghindari perang atau kontak fisik dengan negara lainnya.

Penggunaan nation branding sebagai salah satu bentuk *soft power* diplomasi yang dilakukan suatu negara menjadi marak digunakan. Nation branding menjadi salah satu cara yang mudah dilakukan untuk melakukan promosi atau membentuk citra terhadap negaranya. Suatu negara melakukan nation branding melalui berbagai cara yang bisa dilakukan, seperti melalui simbol – simbol tertentu, melalui slogan – slogan tertentu dan lain – lainnya. Nation branding merupakan sebuah bentuk komitmen dari suatu negara untuk mencapai kepentingannya yaitu menciptakan citra yang positif terhadap negaranya di mata masyarakat internasional.

1.8 Sistematika Penulisan

Tabel 1.2 Sistematika Penulisan

Bab	Bahasan Pokok
------------	----------------------

<p>BAB I Pendahuluan</p>	<p>1.1 Latar Belakang 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan 1.4 Penelitian Terdahulu 1.5 Kerangka Konseptual 1.6 Metode Penelitian 1.6.1 Jenis Penelitian 1.6.2 Metode Analisa 1.6.3 Ruang Lingkup Penelitian 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data 1.7 Argumen Dasar 1.8 Sistematika Penulisan</p>
<p>BAB II Sepak Bola Arab Saudi Menuju Pencapaian Saudi Vision 2030</p>	<p>2.1 Dinamika Perkembangan sepak bola di Arab Sudi 2.2 Perubahan kebijakan Arab Saudi melalui program Saudi Vision 2030</p>
<p>BAB III Sepak Bola sebagai Pilar Strategi Nation Branding Arab Saudi</p>	<p>3.1 Strategi Nation Branding Arab Saudi melalui Sepak Bola 3.1.1 Strategi Nation Branding di Bidang Pariwisata 3.1.2 Strategi Nation Branding di Bidang Ekspor Brand 3.1.3 Strategi Nation Branding di Bidang Kebijakan Pemerintah 3.1.4 Strategi Nation Branding di Bidang Imigrasi dan Investasi 3.1.5 Strategi Nation Branding di Bidang Warisan Budaya 3.1.6 Strategi Nation Branding di Bidang Masyarakat 3.2 Membangun Kepercayaan Internasional melalui Sepak Bola</p>
<p>BAB IV Penutup</p>	<p>4.1 Kesimpulan 4.2 Saran</p>