

**STRATEGI *NATION BRANDING* INDONESIA MELALUI
PENYELENGGARAAN *EVENT* DI SIRKUIT MANDALIKA**

TAHUN 2021-2022

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Politik Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Politik,
Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial**

Universitas Bakrie



SHERINA TRI PUTRI

1181004007

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2022/2023

**Strategi *Nation Branding* Indonesia Melalui Penyelenggaraan *Event* di
Sirkuit Mandalika**

Tahun 2021-2022

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi S-1 di Fakultas

Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie



Disusun Oleh

Sherina Tri Putri

1181004007

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK (HUBUNGAN INTERNASIONAL)

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

2022/2023

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sherina Tri Putri

NIM : 1181004007

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sherina Tri Putri', enclosed within a rectangular box. Below the signature, there is a small, stylized mark that resembles a '2'.

Tanggal : 20 Februari 2023

HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Sherina Tri Putri
NIM : 1181004007
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi *Nation Branding* Indonesia Melalui Penyelenggaraan *Event* di Sirkuit Mandalika Tahun 2021-2022

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr, Muhammad Badaruddin S. Sos, M. Sc, M. A 

Penguji I : Bani Pamungkas S. H, M. Si, M. P. A 

Penguji II : Asmiati Abdul Malik S. I. P,S. Kom, M. A, Ph.d 

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal : 20 Februari 2023

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, nikmat, dan karuniaNya yang diberikan kepada Penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi *Nation Branding* Indonesia Melalui Penyelenggaraan *Event* di Sirkuit Mandalika Tahun 2021-2022”. Tugas Akhir ini dilakukan dalam memenuhi salah satu syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S. Sos) Program Studi Ilmu Politik Konsentrasi Hubungan Internasional pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis sangat memahami dan menyadari bahwa bimbingan dan bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak kepada Penulis sangat penting, karena di mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini sangat sulit bagi Penulis dalam menyelesaikannya.

Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, Penulis mendapatkan banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril hingga materil, serta pemberian doa restu maupun semangat menjadi motivasi Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, Penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu diantaranya:

1. Allah SWT, yang selalu mengabulkan seluruh permintaan penulis dan memberikan kemudahan dalam segala prosesnya.
2. Mama Ida Afrida dan Papa Herman Sutrisno selaku orang tua Penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta Penulis selalu dipenuhi doa-doa dari beliau dalam penyelesaian tugas akhir ini.
3. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisyahbana, M. Sc, Ph. D, selaku Rektor Universitas Bakrie yang telah mengembangkan Universitas Bakrie menjadi Universitas yang ternama dan bermanfaat.
4. Bapak Muhammad Tri Andika Kurniawan S. Sos, M. A, selaku Wakil Rektor II Universitas Bakrie serta Dosen Ilmu Politik Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi seluruh mahasiswa/i Ilmu Politik di Universitas Bakrie.
5. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Univeritas Bakrie
6. Bapak Dr. rer. pol. Aditya Batara Gunawan, S. Sos, M. Litt, selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik Universitas Bakrie sekaligus Dosen Akademik Penulis yang selalu memberikan arahan dan motivasi kepada Penulis dalam masa perkuliahan.
7. Bapak Dr. Muhammad Badaruddin, S. Sos, M. Sc, M. A selaku Dosen Pembimbing Skripsi beserta Dosen Pembimbing Magang yang telah memberikan bimbingan serta saran kepada Penulis selama menempuh pendidikan di Universitas bakrie.
8. Bapak Bani Pamungkas S. H, M. Si, M. P. A beserta Ibu Asmiati Abdul Malik S. I. P, S. Kom, M. A, Ph.d selaku Dosen Penguji Tugas Akhir yang selalu memberikan nasihat, saran serta dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

9. Segenap Dosen Ilmu Politik Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta arahan kepada Penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.
10. Seluruh Staff BAA Universitas Bakrie beserta Mbak Nadia yang selalu membantu semua urusan administrasi serta berkas mahasiswa/i Ilmu Politik.
11. Kakak-kakak dan adik kandung Penulis, Kak Silvia Eka Putri B. Acc, M. Ak, Kak Shirley Dwi Putri S. KM, dan Adik Safira Nurarbaini Putri. Dan juga kakak ipar penulis, Kak Andrianzah Bramastyo beserta Kak Fajri Nur Aziz yang selalu menjadi penyemangat, penghibur dan teman jajan Penulis pada saat Penulis mengalami kesulitan dan membutuhkan *support system* serta sabar menghadapi adiknya yang paling berbeda ini hehe.
12. Ponakan-ponakan tercinta Aunty Eyen yaitu Arfadhia Sagara Mahasetta dan Farel Dzulkarnain Alfatih, selalu menjadi motivasi Aunty untuk lulus biar bisa menjadi *rich aunty* nya mereka.
13. Sahabat-sahabat Penulis yaitu Andra, Idha, Fajrin, Adinda, Amanda, Aqilla, Aufa, Asih dan Safira yang selalu sabar dan menemani Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
14. Teman-teman Ilmu Politik 2018 yang memberikan kesan positif, dukungan dan doa kepada Penulis.
15. Kepada diri sendiri, Sherina Tri Putri yang tetap semangat dan bertahan dalam segala proses perkuliahan walaupun banyak rintangan dan kesulitan yang dihadapi. *I'm proud of my self <3.*

Demikian, Penulis berharap semoga Allah berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang berkontribusi dalam Penelitian ini. Aamiin yra

Jakarta, 20 Februari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sherina Tri Putri', enclosed within a rectangular box. The signature is stylized and includes a small flourish at the end.

Sherina Tri Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sherina Tri Putri
NIM : 1181004007
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi *Nation Branding* Indonesia Melalui Penyelenggaraan *Event* di Sirkuit Mandalika Tahun 2021-2022

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Februari 2023

Yang menyatakan



(Sherina Tri Putri)

Strategi Nation Branding Indonesia Melalui Penyelenggaraan *Event* di Sirkuit Mandalika

Tahun 2021-2022

Sherina Tri Putri

Abstrak

Sirkuit Mandalika merupakan Sirkuit Internasional Indonesia yang dibangun di KEK Mandalika, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Sirkuit Mandalika merupakan salah satu teknik pemerintah dalam menggunakan *soft power* untuk membangun *nation branding* dan meningkatkan pariwisata Mandalika termasuk diadakannya *mega event* di Sirkuit Mandalika dimana juga dikenal sebagai *sport tourism* kelas dunia internasional yang memiliki dampak diplomasi publik terhadap pasar global. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang dianggap relevan dalam proses penelitian ini dengan menggunakan pendekatan *case study*. MotoGP ini menjadi kesempatan Indonesia untuk meningkatkan identitas sebuah negara di mata dunia melalui konsep *nation branding* dengan adanya ajang balap olahraga. Dalam konteks diplomasi, hal ini dianggap sebagai pendekatan internasional yang tujuannya besar untuk menegaskan posisi Indonesia dan menumbuhkan kepercayaan dunia internasional terhadap Indonesia. Untuk tetap mempertahankan *nation branding* Indonesia melalui Sirkuit Mandalika ini, penulis berharap tetap diadakannya berbagai event internasional agar Sirkuit Mandalika tetap terjaga dan menarik. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kualitatif yang menggunakan pengumpulan data dan analisis data. Dan menggunakan teknik pengolahan data yakni analisis data primer dan sekunder.

Kata Kunci: Nation Branding, Sport Tourism, Sirkuit Mandalika, MotoGP 2022

**Indonesia's Nation Branding Strategy Through Organizing Events at the
Mandalika Circuit**

in 2021-2022

Sherina Tri Putri

Abstrak

The Mandalika Circuit is an Indonesian International Circuit which was built in the Mandalika SEZ, Central Lombok, West Nusa Tenggara. The Mandalika Circuit is one of the government's techniques in using soft power to build nation branding and increase Mandalika tourism including holding mega events at the Mandalika Circuit which is also known as world-class sport tourism internationally which has the impact of public diplomacy on the global market. In this study, the authors will use qualitative research methods that are considered relevant in this research process using a case study approach. This MotoGP is an opportunity for Indonesia to enhance the identity of a country in the eyes of the world through the concept of nation branding by having a sports racing event. In the context of diplomacy, this is considered an international approach with the main goal of affirming Indonesia's position and growing international trust in Indonesia. To maintain Indonesia's nation branding through the Mandalika Circuit, the authors hope that various international events will continue to be held so that the Mandalika Circuit is maintained and attractive. This study uses a qualitative type of research that uses data collection and data analysis. And using data processing techniques namely primary and secondary data analysis.

Keywords: Nation Branding, Sport Tourism, Mandalika Circuit, MotoGP 2022

DAFTAR ISI

Halaman Judul

PROPOSAL SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
Abstrak.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL dan GRAFIK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Studi Terdahulu	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.3.1 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Batasan Penelitian.....	11
1.5 Tujuan penelitian.....	11
1.6 Manfaat penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori	13
2.1.1 Diplomasi.....	13
2.1.2 Diplomasi Publik.....	15
2.1.3 Diplomasi Pariwisata	19
2.1.4 Teori Strategi	21
2.2 Konsep.....	22
2.2.1 Nation Branding.....	22
2.2.2 Tourism	27
2.3 Alasan Pemilihan Teori dan Konsep	33
2.4 Alur Berfikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	37

3.1	Metode Penelitian	37
3.1.1	Metode Penelitian Kualitatif	37
3.2	Jenis Penelitian	38
3.2.1	Berdasarkan Tujuan dan Manfaat	39
3.2.2	Berdasarkan Waktu	39
3.2.3	Berdasarkan Teknik Pengumpulan Data	39
3.3	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	40
3.3.1	Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.2	Teknik Pengolahan Data	42
3.4	Tabel Operasional Konsep	42
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS		45
4.1	Strategi <i>Nation Branding</i> Indonesia	45
4.1.1	Sejarah dan Pelaksanaan Diplomasi Publik di Indonesia terhadap Sektor Pariwisata	45
4.1.2	Gambaran Umum <i>Nation Branding</i> Indonesia	51
4.1.3	Strategi <i>Nation Branding</i> Indonesia Melalui Pengelolaan Sirkuit Mandalika	56
4.2	Keterlibatan <i>Sport Tourism</i> terhadap Pagelaran <i>Event</i> Olahraga	77
4.2.1	<i>Sport Tourism</i> Sirkuit Mandalika dan Dampak Pagelaran <i>Event</i> Olahraga di Mandalika	77
4.2.2	Tantangan Indonesia dalam Melaksanakan Pagelaran <i>Mega Event</i> Olahraga di Mandalika.	82
4.3	Keberhasilan Strategi <i>Nation Branding</i> Indonesia Melalui Sirkuit Mandalika dengan Adanya Penyelenggaraan <i>Event</i> Olahraga	87
BAB V PENUTUP		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	98
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Infografis Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali di Bulan Agustus 2021-Agustus 2022	49
Gambar 4. 2 Peta Strategi Kemenparekraf	52
Gambar 4. 3 Makna Warna Logo “Wonderful Indonesia”	55
Gambar 4. 4 Destinasi Super Prioritas	60
Gambar 4. 5 Logo Wonderful Indonesia”	68
Gambar 4. 6 Logo Mandalika GP Series	69
Gambar 4. 7 Logo Mandalika Xperiences	70
Gambar 4. 8 Fenomena Unik Pembalap MotoGP di Mandalika	73
Gambar 4. 9 Appreciation post to Indonesia	76
Gambar 4. 10 Sirkuit Mandalika.....	79
Gambar 4. 11 Bentuk Corak Tenun di Sirkuit Mandalika.....	88
Gambar 4. 12 Fenomena Unik Pawang Hujan di Sirkuit Mandalika	89

DAFTAR TABEL dan GRAFIK

Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Konsep42

Tabel 4. 1 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara menurut Kebangsaan dari tahun 2018-2022 80

Daftar Grafik

Grafik 4. 1 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Nusa Tenggara Barat Tahun 2018-2022.....81

Grafik 4. 2 Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menurut Kemenparekraf90