

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada kajian hubungan internasional pastinya tidak terlepas dengan kegiatan diplomasi. Diplomasi dapat diartikan sebagai upaya pendekatan negara untuk mempengaruhi perilaku negara lainnya atau pihak yang dituju untuk mencapai tujuan tertentu. Saat ini upaya diplomasi yang dilakukan suatu negara semakin meningkat seiring berkembangnya isu dalam hubungan internasional. Diplomasi yang dipraktikkan tidak terbatas pada diplomasi resmi yang bersifat tradisional, namun telah berkembang ke bentuk diplomasi lain yang lebih fleksibel (Fitriani, 2013).

Diplomasi publik merupakan aktivitas yang dipakai oleh pemerintah suatu negara dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan masyarakat internasional atau masyarakat asing (Hennida, 2009). Saat ini penerapan dari diplomasi publik memiliki beragam trend. Salah satu media yang digunakan ialah *Event* olahraga internasional. Interaksi antara diplomasi dan olahraga bukanlah sesuatu yang baru, olahraga dapat menjadi alat *soft diplomacy* karena olahraga kini telah menjadi suatu kekuatan politik dan mempengaruhi pola hubungan nasional dan internasional (Fitri, 2019). Dalam prosesnya, diplomasi melalui *event* olahraga tidak hanya melibatkan pemerintah negara dan kelompok kepentingan saja, namun dalam pelaksanaannya juga melibatkan masyarakat banyak. Selain itu olahraga memiliki kemampuan menyatukan seluruh bagian masyarakat. Dari sisi pemerintah, diplomasi melalui olahraga merupakan cara yang tepat untuk mempromosikan

pemahaman internasional serta menghilangkan stereotip dan prasangka, diplomasi melalui olahraga juga memiliki resiko dan biaya rendah (Murray, 2013).

Event olahraga memiliki kemampuan untuk normalisasi hubungan kedua negara yang berkonflik. Contohnya ialah konflik yang terjadi antara India dan Pakistan saat Konflik Kashmir pada tahun 2002. Masing-masing pemerintah kedua negara tersebut berupaya melakukan diplomasi dengan menyelenggarakan pertandingan olahraga kriket untuk mengurangi situasi yang terjadi dan membangun komunikasi untuk pemulihan hubungan mereka (Murray & Pigman., 2014). Penyelenggaraan *event* olahraga juga dapat digunakan sebagai alat mengenalkan nation branding negara tuan rumah, misalnya *event* olimpiade 2008 yang diselenggarakan di Beijing berhasil membangun nation brand Tiongkok. *Event* tersebut menunjukkan kepada publik, negara yang berhasil menjalankan kemajuan teknologi industri dan memakai acuan “green development” ialah Tiongkok (Berkowitz, 2007)

Sebagai bagian olahraga internasional, *event World SuperBike* (WSBK) dan Moto Grand Prix (MotoGP) ialah salah satu kejuaraan balap sepeda motor bergengsi. Moto Grand Prix atau yang biasa disebut sebagai MotoGP adalah kejuaraan balap sepeda motor yang didirikan pada tahun 1949 serta diikuti oleh tim dan pembalap profesional dari seluruh dunia. Sedangkan WSBK ialah olahraga balap superbike internasional yang pertama kali dilombakan pada 1988 di Amerika Serikat (Putra, 2020). Saat ini industri otomotif memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian banyak negara Asia. Masuknya MotoGP ke pasar Asia dimulai dengan Malaysia yang menjadi tuan rumah MotoGP di Sirkuit

Internasional Sepang pada 1999. Malaysia menggunakan kesuksesan MotoGP ke dalam strategi *soft diplomacy* untuk meningkatkan pariwisata Malaysia dan akhirnya berhasil menarik puluhan juta wisatawan dalam beberapa tahun terakhir dengan slogan "*Malaysia Truly Asia*". Sementara itu Thailand juga ikut serta menjadi tuan rumah pada 2018 dan berhasil menarik 178.463 penonton di Sirkuit Internasional Buriram (NUGRAHA, 2023).

Keuntungan yang didapatkan dari kejuaraan WSBK dan MotoGP kemudian memicu banyak negara untuk menjadi tuan rumah *event* ini termasuk Indonesia. Kesepakatan penunjukan Indonesia sebagai tuan rumah MotoGP dan WSBK diterima setelah penandatanganan perjanjian antara CEO Dorna Sports, Carmelo Ezpelata dan Abdulbar Mansoer selaku CEO ITDC di markas besar Dorna, Madrid pada 28 Januari 2019. Kesepakatan ini yang disaksikan Duta Besar Indonesia Spanyol, Drs. Hermono M.A yang kemudian mengonfirmasi Indonesia untuk menjadi tuan rumah WSBK dan MotoGP (Munikartono, 2019). Setelah 25 tahun menunggu, tahun 2023 akan menjadi kesempatan bagi Indonesia untuk kembali menjadi tuan rumah MotoGP setelah beberapa tahun berjuang untuk memperoleh kembali kepercayaan Dorna pasca menarik diri dari perjanjian kontrak pada tahun 1998 (CNN, Perjuangan 5 Tahun Indonesia Gelar MotoGP Mandalika, 2022).

Kepercayaan Indonesia sebagai tuan rumah *event* MotoGP dan WSBK akan dilaksanakan di Sirkuit Mandalika Lombok. Sirkuit Mandalika adalah sirkuit balap motor yang berlokasi di Kota Mandalika, Lombok, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Sirkuit ini dikembangkan oleh pihak Kementerian Pariwisata dan

Ekonomi Kreatif yang diharapkan dapat menjadi daya tarik wisata dan meningkatkan perekonomian di Lombok. Mandalika Lombok merupakan bagian dari 10 Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) atau dikenal dengan 10 Bali baru dan merupakan destinasi pariwisata super prioritas yang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia untuk meningkatkan perekonomian di Lombok dan meningkatkan jumlah wisatawan di kawasan ini (Sulistiyono, 2021).

Dalam penyelenggaraannya, *event* olahraga balap internasional memberikan kesempatan besar bagi Indonesia untuk memperkenalkan *image* dan meningkatkan perekonomian Indonesia terutama pemasukan dari sektor pariwisata dan perdagangan di Lombok. Selain itu hal yang sangat penting ialah peningkatan *image* Indonesia di mata dunia sebagai negara salah satu negara berkembang yang berhasil menyelenggarakan *event* dunia tersebut sehingga dapat meningkatkan minat investasi dan pariwisata.

Terdapat penelitian terdahulu yang memaparkan diplomasi publik melalui *event* olahraga yaitu penelitian Gita Rizkia Fitri (2018) meneliti mengenai penggunaan Asian Games sebagai upaya diplomasi publik Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia tahun 2017-2018. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Indonesia menggunakan keuntungan menjadi tuan rumah Asian Games 2018 sebagai upaya diplomasi publik negara. Penggunaan momentum Asian Games berdampak positif pada pembentukan branding negara Indonesia sebagai daerah destinasi pariwisata (Fitri, 2019). Penelitian kedua yaitu oleh Christ Moudy tentang penggunaan diplomasi publik dalam membangun citra Brazil dengan studi kasus Olimpiade Rio 2016. Hasil dari penelitian tersebut diplomasi publik yang

dilakukan Brazil melalui Olimpiade Rio berdampak positif pada *nation branding* Brazil (Moudy, 2020). Adapun pembeda penelitian diatas adalah ruang lingkup fokus penelitian dan studi kasus yang digunakan. Penelitian ini berfokus mengenai diplomasi publik Indonesia dengan studi kasus *event* olahraga internasional yaitu MotoGP Mandalika dan WSBK.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang diajukan ialah, bagaimana upaya diplomasi publik Indonesia melalui penyelenggaraan *event* olahraga balap di sirkuit Mandalika tahun 2019-2023?

1.3 Tujuan penelitian

1.3.1 Secara umum

Secara umum tujuan penelitian ini yaitu untuk pemenuhan gelar S1 jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

1.3.2 Secara Khusus

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana upaya diplomasi publik Indonesia melalui penyelenggaraan Moto Grand Prix dan WSBK di Sirkuit Mandalika tahun 2019-2023.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang baru mengenai upaya diplomasi publik Indonesia sebagai tuan rumah dalam penyelenggaraan *event* WSBK dan MotoGP Mandalika. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sudut pandang dalam hubungan internasional tentang upaya diplomasi publik Indonesia melalui penyelenggaraan *event* olahraga balap di sirkuit Mandalika 2019-2023.

1.4 Landasan Teori dan Konseptual

1.4.1 Diplomasi Publik

Diplomasi diyakini sebagai suatu usaha suatu negara untuk mencapai kepentingannya melalui interaksi dengan negara-negara lain atau organisasi internasional. Dean Edmund Gulion telah mencetuskan istilah diplomasi publik pertama kali di tahun 1965. Dean mengungkapkan bahwa melalui upaya diplomasi publik kita dapat memahami upaya yang dilakukan pemimpin suatu negara, organisasi dan individu dalam bersikap atau beropini dengan orang atau negara lain yang akhirnya berdampak pada pengambilan keputusan kebijakan luar negeri mereka (Murrow, 1965). Diplomasi publik menjadi bagian dari alat yang digunakan untuk memobilisasi berbagai sumber dari *soft power* untuk berkomunikasi dengan pemimpin negara lain dan masyarakat internasional (Snow, 2009).

Jay Wang (2006) mengartikan diplomasi publik sebagai alur interaksi yang dijalankan pemerintah kepada masyarakat internasional dengan menyalurkan pengertian mengenai sikap, budaya, institusi, kepentingan nasional dan aturan yang diambil (Wang, 2006, pp. 49-58). Jan Mellisen merupakan pakar diplomasi publik juga memberikan pendapatnya yaitu diplomasi publik merupakan strategi untuk mengatur opini publik di luar negeri tentang negara, masyarakat, dan budaya, serta meningkatkan pemahaman dan dukungan terhadap suatu negara (Melissen, 2006). Dalam pandangan Melissen, diplomasi publik dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun hubungan yang lebih baik antara negara dan masyarakat di seluruh dunia.

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan diplomasi publik memiliki tujuan yaitu mempromosikan kepentingan nasional suatu negara dengan penyampaian informasi, pengaruh, dan pemahaman ke publik internasional. Oleh karenanya, diplomasi publik dianggap salah satu alat dari *soft power*.

Memasuki abad ke-21, olahraga tidak lagi dikaitkan dengan ideologi, namun olahraga menjadi elemen penting dari alat diplomasi publik sebuah negara. *Event* olahraga yang dikunjungi oleh banyak publik asing memiliki dampak pada hubungan antara negara dan masyarakat internasional dalam skala yang sulit dicapai oleh diplomat melalui strategi mereka sendiri (Lavery, 2010). Barry Sanders dalam karyanya "*Sport as Public Diplomacy*" melihat olahraga memiliki peluang dalam menyebarkan informasi, membangun reputasi, serta menjalin hubungan dengan pihak di seluruh dunia. Tingkat minat global terhadap olahraga sangat tinggi, bahkan melebihi minat terhadap isu-isu politik. Olahraga juga dapat menjadi sarana penyegar bagi para penontonnya. Karakteristik kompetisi dalam olahraga mengandung pesan tersendiri, oleh karena itu olahraga dapat dijadikan instrument yang efektif untuk menyampaikan berbagai pesan. Melalui strategi diplomasi publik yang efektif dan sistematis, kesempatan yang terdapat dalam olahraga dapat dimanfaatkan secara maksimal (Sanders, 2011).

1.4.1.1 Upaya Diplomasi Publik

Nicholas J Cull mendefinisikan diplomasi publik sebagai sebuah mekanisme upaya yang dilakukan oleh aktor hubungan internasional terhadap masyarakat di negara lain dalam mengatasi masalah di lingkungan internasional (Cull N. J., 2009, p. 12). Dalam jurnalnya berjudul "Public Diplomacy: Taxonomies and Histories" Cull memaparkan 5 upaya diplomasi publik, antara lain: *listening*

(mendengarkan), *advocacy* (advokasi), *cultural diplomacy* (diplomasi budaya), *exchange diplomacy* (diplomasi pertukaran) dan *international broadcasting* (penyiaran internasional). Semua upaya diplomasi public tersebut dilakukan tanpa urutan tertentu (Cull N. J., 2008).

1. *Listening*

Listening atau mendengarkan merupakan upaya aktor dalam mengelola lingkungan internasional dengan cara mengelompokkan data tentang masyarakat dan opini mereka. Data yang diperoleh nantinya akan dipakai untuk mengatur suatu kebijakan negara secara lebih luas. Dalam praktiknya, negara perlu memperbanyak mendengarkan masyarakat asing agar tercipta kesepahaman bersama. Cull mengungkapkan upaya *listening* merupakan bentuk diplomasi waktu pendek namun di praktik lain dapat dikatakan sebagai diplomasi jangka panjang.

2. *Advocacy*

Advokasi adalah upaya seorang aktor untuk mengatur lingkungan internasional dengan melakukan komunikasi internasional untuk mempromosikan kebijakan tertentu, gagasan, atau kepentingan umum di benak masyarakat internasional secara aktif. *Advocacy* ini mencakup hubungan pers pemerintah oleh badan terkait untuk memperluas informasi. Praktik *advocacy* ini termasuk ke dalam upaya diplomasi jangka pendek. Contoh kuno dari advokasi dapat ditemukan dalam Herodotus, di mana utusan dari Xerxes dari Persia memohon kepada penduduk Argos untuk netralitas mereka dalam kebijakan kekaisaran. Contoh-contoh lain dapat ditemukan dalam diplomasi publik Amerika, di mana setiap elemen diperiksa

dalam pengawasan kongres untuk kontribusinya dalam mempromosikan gagasan Amerika.

3. *Cultural diplomacy*

Diplomasi budaya adalah upaya suatu negara untuk mengelola lingkungan internasional melalui penyebaran pengetahuan tentang budaya lokal dan prestasi suatu negara ke masyarakat internasional. *Cultural diplomacy* dapat juga mencakup upaya mendukung transmisi budaya di luar negeri. Secara historis, diplomasi budaya mengacu pada kebijakan suatu negara untuk melakukan promosi budayanya ke publik internasional.

4. *Exchange Diplomacy*

Diplomasi pertukaran adalah upaya seorang aktor dalam mengelola lingkungan internasional dengan cara mengadakan pertukaran warga negara untuk melakukan akulturasi dalam jangka waktu tertentu. Elemen timbal balik cenderung membuat area diplomasi publik ini menjadi benteng dari konsep "saling menguntungkan". Misalnya saja terdapat visi pengalaman belajar internasional di mana kedua belah pihak mendapat manfaat dan mengalami transformasi.

Contoh dari diplomasi pertukaran ini yaitu praktik pengasuhan anak antarkomunitas yang dilakukan di wilayah Nordik dan Keltik di Eropa. Diplomasi pertukaran sering kali digunakan untuk tujuan kebijakan atau advokasi tertentu hal ini dikarenakan aspek saling menguntungkan dan komunikasi dua arah dalam pertukaran biasanya ditekankan demi upaya memproyeksikan budaya nasional.

5. *International Broadcast*

Siaran berita internasional atau international broadcast merupakan upaya seorang aktor dalam mengelola lingkungan internasional dengan memanfaatkan teknologi online seperti internet atupun radio dan televisi untuk berinteraksi dengan masyarakat luar negeri. International broadcast yang dilakukan oleh negara-negara dapat dilakukan bersamaan dengan praktik diplomasi publik lainnya, termasuk upaya *listening*/penelitian audiens, advokasi/informasi kebijakan, diplomasi budaya dalam konten budayanya, dan *exchange diplomacy* dalam pertukaran program atau penyiar lain. Secara historis, elemen yang dinilai paling sukses dari penyiaran internasional yaitu penggunaan berita. Suatu negara dengan media yang dipilih dapat menjadi upaya yang efektif dalam menyebarkan pengaruh ke masyarakat asing. Namun tidak hanya sebuah media yang dijalankan pemerintah saja, media media komersial juga memiliki peran dalam diplomasi publik karena mereka dapat menciptakan narasi yang mempengaruhi persepsi dan opini publik tentang suatu negara.

Gambar 1 Basic Taxonomy Of Public Diplomacy

BASIC TAXONOMY OF PUBLIC DIPLOMACY		
Type of Public Diplomacy	Sample Activities	State in Which This Form of Public Diplomacy Has Been Salient
1. Listening	Targeted polling	Switzerland
2. Advocacy	Embassy press relations	United States
3. Cultural diplomacy	State-funded international art tour	France
4. Exchange diplomacy	Two-way academic exchange	Japan
5. International broadcasting	Foreign-language short-wave radio broadcasting	Britain

Sumber: Cull, N. J. (2008). *Public Diplomacy: Taxonomies and Histories*

Gambar 2 Taxonomy Of Time/Flow Of Information/ Infrastructure

Type of Public Diplomacy	Time Frame	Flow of Information	Typical Infrastructure
1. Listening	Short and long term	Inward to analysts and policy process	Monitoring technology and language-trained staff
2. Advocacy	Short term	Outward	Embassy press office, foreign ministry strategy office
3. Cultural diplomacy	Long term	Outward	Cultural center and/or library
4. Exchange diplomacy	Very long term	Inward and outward	Exchange administrator, educational office
5. International broadcasting	Medium term	Outward but from a news bureaucracy	News bureaus, production studios, editorial offices, and transmitter facilities

Sumber: Cull, N. J. (2008). *Public Diplomacy: Taxonomies and Histories*

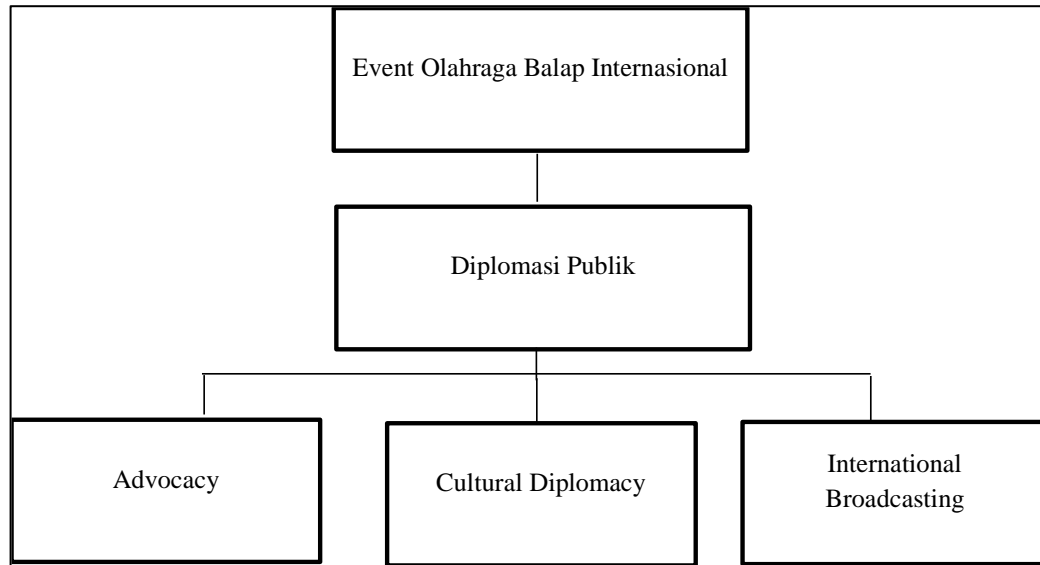
Dari kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, kelima elemen diplomasi publik masing-masing mempunyai perbedaan jangkauan waktu dan pelaksanaannya. Listening merupakan bentuk diplomasi jangka pendek dan panjang yang dilakukan dengan aktif memahami dan mendengarkan masyarakat asing untuk mengidentifikasi minat dan persepsi mereka. Advokasi merupakan bentuk diplomasi jangka pendek yang dilakukan dengan mempromosikan kebijakan, nilai, budaya, dan kepentingan suatu negara kepada masyarakat asing melalui berbagai saluran komunikasi. Diplomasi Budaya merupakan bentuk diplomasi jangka panjang dengan memanfaatkan program pertukaran budaya, seni, bahasa, pendidikan, dan kegiatan budaya lainnya untuk membangun pemahaman mengenai budaya. Diplomasi pertukaran merupakan bentuk diplomasi jangka panjang dengan memfasilitasi pertukaran antarindividu, termasuk pertukaran pendidikan, profesional, dan budaya. Terakhir Penyiaran Internasional merupakan

diplomasi jangka menengah dengan memanfaatkan platform media, termasuk televisi, radio, dan saluran online, untuk menyebarkan informasi yang akurat dan positif tentang suatu negara dan berinteraksi dengan audiens asing.

Upaya-upaya diplomasi publik oleh Nicholas J Cull tersebut tidak terikat satu sama lain dan memiliki urutan tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan tiga upaya diplomasi publik, yaitu *advocacy*, *cultural diplomacy*, dan *international broadcasting*. Ketiga elemen tersebut digunakan karena dalam penyelenggaraannya, Indonesia tidak menerapkan upaya listening karena pemerintah tidak mengumpulkan data tentang publik dan pendapat mereka di luar negeri untuk pengambilan kebijakan dalam memutuskan penyelenggaraan event di Mandalika. Selain itu, Pemerintah Indonesia belum membuat kebijakan untuk menerima warga dari luar negeri untuk ikut berpartisipasi atau menjadi sukarelawan dalam penyelenggaraan, sehingga Indonesia belum melakukan upaya exchange diplomacy.

1.5 Sintesa Pemikiran

Gambar 3 Sintesa Pemikiran



(Sumber : Diolah oleh penulis)

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan maka dapat dibentuk sistematika pemikiran sebagai berikut. Untuk menjawab rumusan masalah mengenai upaya diplomasi publik melalui *event* olahraga internasional, penulis menggunakan teori diplomasi publik untuk memahami upaya sebuah negara dalam menyelenggarakan *event* olahraga balap internasional. *Event* olahraga internasional mulai dimanfaatkan oleh pemerintah karena olahraga memiliki peminat yang besar di skala global. Dalam mengkaji diplomasi publik melalui *event* olahraga internasional, akan dipaparkan melalui tiga upaya diplomasi publik oleh Nicholas J Cull yaitu *advocacy*, *cultural diplomacy*, dan *international broadcasting*. *Advocacy* mencakup kegiatan penyampaian kebijakan dan melakukan konferensi pers mengenai *event*. *Cultural diplomacy* mencakup kegiatan ‘branding’ budaya ke masyarakat internasional melalui pembuatan tema kampanye & simbolik serta penyampaian pesan melalui aktifitas-aktifitas yang dilakukan. *International*

broadcast mencakup penyampaian berita harian melalui media lokal dan asing serta penyampaian berita melalui kanal resmi selama berlangsungnya *event*.

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, penulis akan mengambil argumen utama yaitu dalam melaksanakan upaya diplomasi publik melalui *event* olahraga balap Mandalika, Indonesia berusaha melakukan diplomasi publik melalui tiga indikator diplomasi publik oleh Nicholas J Cull yaitu *advocacy*, *cultural diplomacy*, dan *international broadcasting*. Pada *advocacy*, upaya Indonesia yaitu melakukan pemberitahuan kebijakan dan melakukan konferensi pers mengenai *event* MotoGP dan WSBK yang akan diselenggarakan di Indonesia. Indonesia melalui ITDC (Indonesia Tourism Development Corporation) dan Kementerian Pariwisata. Kedua, *cultural diplomacy* Indonesia melakukan upaya ‘branding’ ke masyarakat internasional melalui parade budaya yang dilakukan sebelum dimulainya *event* dan kampanye dengan pihak terkait untuk mempromosikan *event*. Ketiga, International broadcast, Indonesia melalui ITDC (Indonesia Tourism Development Corporation) dan MGPA (Mandalika Grand Prix Association) melakukan penyebaran isu kepada audience dengan memanfaatkan saluran resmi dan media domestik hingga asing, selain itu pemerintah Indonesia menggunakan Main Media Center (MMC) untuk mendukung penyebaran informasi.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Metodologi penelitian adalah suatu tata cara atau proses membuat penelitian ilmiah dengan baik dan benar. Penelitian ilmiah merupakan sebuah proses yang

bertujuan untuk membangun pengetahuan yang akhirnya melahirkan ilmu dengan aturan yang ketat (Syahza, 2021).

Penelitian ini memakai metode deskriptif. Penelitian deskriptif sendiri memiliki tujuan dalam mengumpulkan informasi mengenai fenomena yang ada, yaitu data dan kondisi saat ini (Zellatifanny, 2018). Metode deskriptif bertujuan untuk mendapatkan hasil yang jelas dan akurat tentang fenomena yang diteliti, yaitu diplomasi publik Indonesia dalam penyelenggaraan *event* olahraga balap di Sirkuit Mandalika.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Penelitian membatasi jangkauan dalam periode 2019- 2023. Tahun 2019 sendiri merupakan tahun penandatanganan perjanjian penetapan Indonesia sebagai salah satu tuan rumah penyelenggara MotoGP dan WSBK yang dilakukan oleh Komisi Grand Prix Internasional, Dorna Sports dan perusahaan pengembang destinasi wisata Indonesia, ITDC. Tahun 2023 merupakan pelaksanaan *event* WSBK dan MotoGP di sirkuit Mandalika.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dipakai untuk mengumpulkan informasi pada suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang menyajikan suatu kejadian, yang mencakup proses, keadaan, kejadian, hasil dan kemudian disajikan dalam bentuk tulisan (Sutopo, 2002). Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan (*Library Research*). Data sekunder merupakan data yang bersifat telah didokumentasikan oleh perusahaan atau pihak-pihak terkait (Almasdi, 2021).

1.7.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk menafsirkan dan mengevaluasi data yang akan dikumpulkan dalam sebuah penelitian (Kusumastuti, 2019). Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data kualitatif. Teknik analisis data kualitatif menurut Lamont (2015) yaitu proses pengumpulan data yang tidak menggunakan angka dan statistika untuk memperoleh hasil (Lamont, 2015).

Data yang disajikan merupakan data sekunder yang diambil dari database online seperti Jurnal, Media sosial, website resmi pemerintah Indonesia, dokumen yang terkait dengan topik penelitian seperti laporan, catatan, dan publikasi. Data yang digunakan penulis ialah data yang berkaitan tentang bagaimana upaya diplomasi pemerintah Indonesia dalam penyelenggaraan WSBK dan MotoGP di sirkuit Mandalika.

1.8 Sistematika Penulisan

Teknik penulisan dalam penelitian ini dibagi dalam 4 bab, antara lain :

Bab I merupakan bab pendahuluan, menjabarkan garis besar penelitian yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori dan konseptual, sintesa pemikiran, argumen, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 merupakan pembahasan, menyajikan pembahasan mengenai gambaran umum sejarah penyelenggaraan *event* olahraga balap di Indonesia dan persiapan Pemerintah Indonesia sebagai tuan rumah *event* WSBK dan MotoGP. Pembahasan ini akan disusun dari data-data yang diperoleh dan dianalisa dari data yang telah dikumpulkan.

Bab 3 merupakan bab pembahasan, bab ini berisi mengenai pembahasan mengenai pelaksanaan diplomasi publik Indonesia dalam *event* WSBK dan MotoGP Mandalika melalui *advocacy*, *cultural diplomacy*, dan international broadcast.

Bab IV merupakan bab penutup, bab ini akan menyatakan kesimpulan didapatkan dari hasil penelitian dan saran.