

SAUDI VISION 2030: UPAYA *NATION BRANDING* ARAB SAUDI MELALUI

ESPORTS PADA TAHUN 2016-2024

SKRIPSI



OLEH

MUHAMMAD RIZKY EKO PUTRA

NPM. 21044010092

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2025

**SAUDI VISION 2030: UPAYA NATION BRANDING ARAB SAUDI MELALUI
ESPORTS PADA TAHUN 2016-2024**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



OLEH:

MUHAMMAD RIZKY EKO PUTRA

NPM. 21044010092

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA DAN POLITIK PRODI HUBUNGAN
INTERNASIONAL SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
SAUDI VISION 2030: UPAYA NATION BRANDING ARAB SAUDI MELALUI
ESPORTS PADA TAHUN 2016-2024

Disusun Oleh:


Muhammad Rizky Eko Putra
NPM. 21044010092

PEMBIMBING


Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR., C.M.C
NPT. 17119930803037

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**SAUDI VISION 2030: UPAYA *NATION BRANDING* ARAB SAUDI MELALUI
ESPORTS PADA TAHUN 2016-2024**

Oleh:

Muhammad Rizky Eko Putra
NPM. 21044010092

Telah diperintahkan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran Jawa Timur"
Pada tanggal 09 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji,

Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR. CMC
NPT. 17119930803037

1. Ketua

Muhammad Indrawan Jatmika, S.IP., MA.
NIP. 199511132024061001

2. Sekretaris

Renita Dwi Hapsari, S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NPT. 17219890801034

3. Anggota

Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR. CMC
NPT. 17119930803037

Mengetahui
Dekan FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoali, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

iii

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammmad Rizky Eko Putra

NPM : 21044010092

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat pada bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa, dokumen ilmiah ini bebas dari unsur plagiasi. Apabila di kemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 09 Juli 2025



Muhammad Rizky Eko Putra

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah Kepada Allah Subhanahu wa ta'ala Tuhan yang Maha Esa dan Tuhan yang Maha Agung, telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunianya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan Judul **“SAUDI VISION 2030: UPAYA *NATION BRANDING* ARAB SAUDI MELALUI ESPORTS PADA TAHUN 2016-2024”** Dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bimbingan dan dukungan dari banyak pihak, untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Almarhum Eko Moeltjahjono dan Rina Dwi Herdijanti sebagai orang tua penulis yang memberikan dukungan terhadap segala aspek selama masa perkuliahan.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.I.P, M.IR. Selaku koordinator program studi Hubungan Internasional dan sekaligus pembimbing dari penulis yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan memberi kritik dan saran sehingga skripsi yang dikerjakan berhasil selesai dengan baik.
4. Segenap pimpinan dosen dan staff Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, khususnya pada lingkup Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi.
5. Adik-adik penulis; Aisyah Rahmania, Muhammad Rafie dan Anisa Rahmania serta Yangti dan Nenek yang senantiasa menemani penulis dalam kesehariannya dan menjadi penyemangat dalam hidup penulis.

6. Sahabat penulis, Stephanie Sheren Setyawan yang menjadi *day 1* penulis sejak memasuki masa perkuliahan dan menjadi support utama semasa kuliah.
7. Sahabat penulis, Ellysia Amasya Khodijah yang menjadi *safe place* bagi penulis untuk menceritakan berbagai cerita dan menemani di hari-hari terburuk penulis sedari masa SMA.
8. Sahabat penulis, MM Cabang SBY (Nazim, Arianto dan Ninis) yang senantiasa menjadi sahabat penulis sejak SMA hingga masa perkuliahan di Surabaya.
9. Sahabat penulis, Nyemek Enjoyer (Bayu, Ofel, Egi Nahar, Hilmi, Jiehan, Habibie, Alfian dan Costas) yang menjadi teman seperjuangan di masa perkuliahan penulis.

Penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang membaca. Saran dan kritik yang bersifat membangun diharapkan penulis untuk kebaikan proposal skripsi ini.

Surabaya, 16 Juni 2025

Muhammad Rizky Eko Putra

HALAMAN MOTTO

“How lucky I am to have something that makes saying goodbye so hard”

HALAMAN PERSEMBAHAN

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ

“Segala puji bagi Allah SWT.”

Daftar Isi

Lembar Persetujuan Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Secara Umum.....	7
1.3.2 Secara Khusus.....	7
1.4 Kerangka Pemikiran	8
1.4.1 Nation Branding	8
1.4.1.2 Tourism	10
1.4.1.3 Exporting Brands	10
1.4.1.4 Governance Policy	11
1.4.1.5 Investment	11
1.4.1.6 Culture.....	12
1.4.1.6 People.....	12
1.5 Sintesa Pemikiran	13

1.6 Argumen Utama	14
1.7 Metodologi Penelitian.....	16
1.7.1 Tipe Penelitian	16
1.7.2 Jangkauan Penelitian	17
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	17
1.7.4 Teknik Analisis Data	18
1.7.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II.....	20
PENGEMBANGAN INDUSTRI ESPORTS DALAM SAUDI VISION 2030 & ANALISIS COMPETITIVE IDENTITY UNSUR PARIWISATA, MERK dan KEBIJAKAN.....	20
2.1 Industri <i>Esports</i> dalam Saudi Vision 2030	20
2.2 Pariwisata <i>Esports</i> melalui Turnamen <i>Esports</i> dan Kota Qiddiya.....	25
2.3 Team <i>Esports</i> Domestik dan Turnamen <i>Esports</i> sebagai <i>Esports</i> Brands.....	31
2.4 NGES dan SEF dalam meregulasi industri <i>Esports</i>	33
BAB III	39
ANALISIS COMPETITIVE IDENTITY PADA UNSUR INVESTASI, BUDAYA DAN MASYARAKAT	39
3.1 Investasi Arab Saudi dalam industri <i>Esports</i>	39
3.2 Budaya inklusivitas <i>Esports</i>	44
3.3 Keterlibatan masyarakat dalam industri <i>Esports</i>	47
3.4 Perkembangan industri <i>Esports</i> Arab Saudi	53
BAB IV	58
4.1 Kesimpulan	58
4.2 Saran.....	64
Daftar Pustaka	67

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Hexagon Simon Anholt.....	9
Gambar 1.2 Tabel Sintesa Pemikiran.....	13
Gambar 3.1 Kota Qiddiya.....	25
Gambar 3.2 NGES milik Arab Saudi.....	34
Gambar 3.3 Logo-Logo Tim yang bergabung dalam Esports World Cup Foundation 2024.....	42
Gambar 3.4 Najd Fahd memenangkan kategori Best Female Playe pertama pada tahun 2021.....	46

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Uraian program dan inisiasi dalam aspek Pariwisata	53
Tabel 3.2 Uraian program dan inisiasi dalam aspek Merk Ekspor.....	54
Tabel 3.3 Uraian program dan inisiasi dalam aspek Kebijakan Pemerintah.....	54
Tabel 3.4 Uraian program dan inisiasi dalam aspek Investasi.....	55
Tabel 3.5 Uraian program dan inisiasi dalam aspek Budaya.....	55
Tabel 3.6 Uraian program dan inisiasi dalam aspek Masyarakat.....	56

ABSTRAK

Saudi Vision 2030 : Upaya *Nation Branding* Arab Saudi melalui industri *Esports* pada Tahun 2016-2024.

Nation branding telah menjadi suatu cara tersendiri bagi negara-negara dalam membangun citra internasional dan memperkuat hubungan diplomatik. Dalam hubungan internasional kontemporer, *nation branding* menjadi strategi dalam menciptakan dan mempromosikan citra positif suatu negara yang dapat berdampak signifikan pada berbagai aspek, seperti peningkatan investasi asing, pertumbuhan sektor pariwisata, dan penguatan pengaruh diplomatik. Arab Saudi, sebagai salah satu negara di Timur Tengah yang memiliki visi untuk diversifikasi ekonomi dan modernisasi sosial melalui *Arab Vision 2030*, telah menggunakan berbagai strategi dalam mencapai visi tersebut, termasuk dalam sektor olahraga. Setelah suksesnya perlombaan *Esports* The Gamers8 pada tahun 2023 di Riyadh, Arab Saudi kembali menyelenggarakan perlombaan *Esports* berskala global dengan nama *Esports World Cup* pada tahun 2024 yang bekerja sama dengan 30 tim *Esports* papan atas dari berbagai kawasan dunia dan memiliki 21 judul *video game* yang diperlombakan. *Esports World Cup* rencananya akan menjadi *event Esports* tahunan yang dikelola oleh EWC Foundation milik pemerintah Arab Saudi. Penelitian ini akan menyoroti bagaimana upaya Arab Saudi dalam meningkatkan *soft power*-nya melalui pengembangan industri *Esports* pada tahun 2016 hingga 2024 serta alasan dibalik

gencarnya investasi di sektor olahraga *Esports* oleh Arab meskipun di tengah isu *sportswashing*.

KATA KUNCI : *Nation branding, Diplomasi, Arab Saudi, Saudi Esports, Esports World Cup, EWC, Esports, Sportswashing.*

ABSTRACT

Saudi Vision 2030 : Upaya *Nation Branding* Arab Saudi melalui industri

***Esports* pada Tahun 2016-2024**

Nation branding has become a way for countries to build an international image and strengthen diplomatic relations. In contemporary international relations, nation branding is a strategy in creating and promoting a positive image of a country that can have a significant impact on various aspects, such as increasing foreign investment, growing the tourism sector, and strengthening diplomatic influence. Saudi Arabia, as one of the countries in the Middle East that has a vision for economic diversification and social modernization through Arab Vision 2030, has used various strategies to achieve this vision, including in the sports sector. After the success of The Gamers8 Esports competition in 2023 in Riyadh, Saudi Arabia is organizing another global Esports competition under the name Esports World Cup in 2024 in collaboration with 30 top Esports teams from various regions of the world and has 21 video game titles to compete in. The Esports World Cup is planned to be an annual Esports event managed by the Saudi Arabian government's EWC Foundation. This research will highlight how Saudi Arabia's efforts to enhance its soft power through the development of the Esports industry from 2016 to 2024 as well as the rationale behind the Esports World Cup and the incessant investment in the esports sector by Saudi Arabia despite the issue of sportswashing.

KEYWORDS : *Nation Branding, Diplomacy, Saudi Arabia, Saudi Arabia Esports, Esports World Cup, EWC, Esports, Sportswashing.*