

Analisis Upaya *Nation Branding* Prancis Melalui *Event* Olimpiade Paris 2024

SKRIPSI



Oleh : Gabriel Alessandro Jason Tan

NPM. 22044010077

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

Analisis Upaya *Nation Branding* Prancis Melalui *Event Olimpiade Paris 2024*

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh : Gabriel Alessandro Jason Tan

NPM. 22044010077

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN” JAWA TIMUR**

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS UPAYA NATION BRANDING PRANCIS DALAM *EVENT* OLIMPIADE
PARIS 2024

Disusun oleh :

*GA
JASON*

Gabriel Alessandro Jason Tan
22044010077

Telah disetujui untuk mengikuti Sidang Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Helga

Helga Yohana Simatupang, S.IP., M.A.
NIP. 199105282024062002

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS UPAYA NATION BRANDING PRANCIS DALAM EVENT
OLIMPIADE PARIS 2024**

Telah dipertahankan 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 12 Maret 2026

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji,



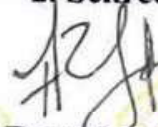
Helga Yohana Simatupang, S.IP., M.A.
NIP. 199105282024062002

1. Ketua



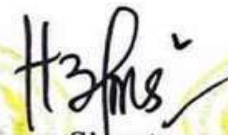
Dr. Ario Bimo Utomo, S.I.P., M.I.R.
NIP. 199308032025061002

2. Sekretaris



Resa Rasyidah M. Hub. Int.
NIP. 19861031202121200

3. Anggota



Helga Yohana Simatupang, S.IP., M.A.
NIP. 199105282024062002

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gabriel Alessandro Jason Tan

NPM : 22044010077

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen skripsi ini yang berjudul “ANALISIS UPAYA NATION BRANDING PRANCIS DALAM EVENT OLIMPIADE PARIS 2024” merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat unsur plagiasi. Apabila di kemudian hari terdapat bukti bahwa karya saya merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi. Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan sebagaimana mestinya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun

Surabaya, 20 April 2026,



Yang membuat pernyataan

HALAMAN PERSEMBAHAN

*The hardships i went through during this undergraduate school period is dedicated to my loving parents and my deceased grandparents. They are the most loving and adorable beings that God had made for me in this world. Also my sweet and loving friends.
So i dedicated not just this, but all my life to them.*

HALAMAN MOTTO

“Jack of all trades is a master of none, but often times better than a master of one”
-William Shakespeare

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, berkat karunia-Nya penulis dilancarkan dalam proses pengerjaan proposal skripsi dengan judul **Analisis Upaya Nation Branding Prancis melalui Event Olimpiade Paris 2024** secara baik. Doa dan dukungan yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam menulis skripsi, karena itu ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., M.I.R selaku Koordinator jurusan Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Helga Yohana Simatupang M.A selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dengan setulus dan sepuh hati dalam pengerjaan jurnal dan skripsi hingga selesai.
5. Seluruh dosen Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu serta memberikan pengetahuan yang berharga bagi penulis selama masa studi.
6. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan doa dan dukungan secara materiil maupun immateriil selama pelaksanaan perkuliahan hingga penyusunan skripsi sampai selesai.
7. Teman-teman dari GC Elit Global yang selalu menemani, menghibur, serta menguatkan penulis.
8. Teman-teman di UPN “Veteran” Jawa Timur pada jurusan dan angkatan manapun yang telah kenal dan kebersamai penulis selama perjalanan di bangku perkuliahan ini.
9. Frans Lumbantobing selaku pemilik Warkop Teras UPN serta rekan-rekan setongkrongan disana yang telah kebersamai penulis juga.
10. Mbak Ruri serta rekan-rekan bidang HUBINSYAKER DISPERINAKER Surabaya yang telah memberikan pengalaman serta pelajaran berharga selama penulis melaksanakan magang.

Penulis menyadari penelitian ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun sebagai penyempurnaan penulisan selanjutnya. Dengan adanya proposal skripsi ini, penulis berharap mampu memberikan manfaat bagi para pembaca dan sebagai pembelajaran yang berharga bagi penulis untuk melanjutkan studi.

Surabaya, 20 April 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Umum	9
1.3.2 Tujuan Khusus	9
1.4 Kerangka Berpikir.....	10
1.5 Sintesa Pemikiran.....	14
1.6 Argumen Utama	15
1.7 Metodologi Penelitian.....	17
1.7.1 Tipe Penelitian	17
1.7.2 Jangkauan Penelitian.....	18
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	18
1.7.4 Teknik Analisis Data.....	19
1.7.5 Sistematika Penelitian	21
BAB 2 UPAYA <i>NATION BRANDING</i> MELALUI ELEMEN <i>TOURISM, EXPORT BRANDS</i>, DAN <i>INVESTMENT</i> DALAM OLIMPIADE PARIS 2024	22
2.1 <i>Tourism</i>	22
2.1.1 Peran Atout France dalam Konstruksi Narasi Pariwisata Prancis	23
2.1.2 Penggunaan <i>Historical Landmark</i> sebagai <i>Venue</i> Olimpiade Paris 2024	25

2.2 <i>Export Brands</i>	28
2.2.1 Strategi <i>Export Brands</i> Prancis melalui <i>Green Luxury</i> dalam Olimpiade Paris 2024.....	29
2.3 <i>Investment</i>	35
2.3.2 Investasi pada Bidang Infrastruktur dan Fasilitas Olahraga	38
2.3.3 Investasi pada Bidang Mobilitas dan <i>Urban Innovation</i>	39
2.3.4 Investasi pada Bidang Perhotelan dan Akomodasi	40
BAB 3 UPAYA MENCAPAI NATION BRANDING MELALUI ELEMEN POLICY, CULTURE, DAN PEOPLE DALAM OLIMPIADE PARIS 2024	43
3.1 <i>Policy</i>	44
3.1.1 Implementasi <i>France Agenda 2030</i> melalui Olimpiade Paris 2024	44
3.1.2 Integrasi <i>Legacy</i> Olimpiade dengan Kebijakan Pemerintah Prancis	46
3.2 <i>Cultural Exchanges & Activities</i>	50
3.2.1 Budaya Musik Prancis pada Upacara Pembukaan Olimpiade Paris 2024	51
3.2.2 Maskot Phryges sebagai Representasi Negara Prancis	53
3.2.3 Cultural Olympiad.....	54
3.3 <i>People</i>	56
3.3.1 Partisipasi Masyarakat melalui <i>Volunteering</i>	57
3.3.2 Respon Publik terhadap penyelenggaraan Olimpiade Paris 2024.....	58
BAB 4 PENUTUP	61
4.1 Kesimpulan	61
4.2 Saran.....	63
Daftar Pustaka.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan video youtube open doors, open games	24
Gambar 2.2 Obor Olimpiade Paris 2024 beserta Torch Trunks nya	30
Gambar 2.4 Pakaian yang dikenakan kontingen Prancis saat upacara pembukaan Olimpiade Paris 2024.....	33
Gambar 3.1 Maskot Olimpiade Paris 2024.....	53
Gambar 3.2 Penampilan Dance of the Games pada Cultural Olympiad.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemetaan Implementasi Elemen berdasarkan konsep Anholt (2007).....	22
Tabel 2.2 Bidang Layanan kepada Panitia, Delegasi, dan Penonton	37
Tabel 2.3 Bidang Infrastruktur dan Fasilitas Olahraga	38
Tabel 2.4 Bidang Mobilitas dan Urban Innovation.....	40
Tabel 2.5 Bidang Perhotelan dan Akomodasi.....	41
Tabel 3.1 Pemetaan Implementasi Konsep Anholt (2007)	43

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Sintesa Pemikiran.....	14
----------------------------------	----