

**NATION BRANDING FILIPINA TERHADAP INDONESIA
MELALUI OLAHRAGA BOLA BASKET**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas*



Oleh:

FAKHRUL IRVAN KHAIRUM

1910851012

Dosen Pembimbing:

Dr. Muhammad Yusra, S.IP, MA

Rifki Dermawan, S.Hum, M.Sc

**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *nation branding* Filipina melalui olahraga bola basket terhadap Indonesia. Penelitian ini akan difokuskan pada peran olahraga bola basket Filipina yang sarannya negara Indonesia dalam merefleksikan Filipina sebagai suatu negara dengan *branding* bola basketnya dan meningkatkan keingintahuan masyarakat Indonesia terhadap bola basket dari negara Filipina, sehingga secara tidak langsung dapat menjadi sarana *nation branding* bagi Filipina. Filipina mempunyai citra buruk dengan Indonesia, akan tetapi Filipina memiliki olahraga bola basket yang dijadikan sebagai alat untuk *nation branding* dalam mewujudkan citra positif bagi negara Filipina terhadap negara Indonesia. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana *nation branding* Filipina terhadap Indonesia melalui olahraga bola basket. Dalam menganalisis bagaimana bola basket Filipina ini menjadi salah satu *nation branding* terhadap negara Indonesia, peneliti menggunakan konsep *nation branding* oleh Keith Dinnie mengenai tiga tahapan dari konsep *nation branding* yaitu *nation brand identity*, *communicators of nation brand identity*, *nation brand image*. Dari konsep tersebut Filipina terbukti dapat menggunakan olahraga bola basket sebagai *nation branding* terhadap Indonesia.

Kata Kunci: *Nation branding*, Bola Basket, Filipina, Indonesia, Citra Positif



ABSTRACT

This research aims to find out the nation branding of the Philippines through basketball towards Indonesia. This research will focus on the role of Philippine basketball which targets Indonesia in reflecting the Philippines as a country with its basketball branding and increasing the curiosity of Indonesians towards basketball from the country. The Philippines has a bad image with Indonesia, but the Philippines has basketball which is used as a tool for nation branding in realising a positive image for the Philippines against Indonesia. This encourages researchers to conduct research on how the Philippines nation branding towards Indonesia through basketball. In analysing how Philippine basketball has become one of the nation branding towards Indonesia, the researcher used the concept of nation branding by Keith Dinnie regarding the three aspects of nation branding, namely nation brand identity, communicators of nation brand identity, nation brand image. From this concept, the Philippines is proven to be able to use basketball as a nation branding towards Indonesian.

Keywords: *Nation branding, Basketball, Philippines, Indonesian, Positive Image*

