

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia internasional sejak berakhirnya perang dingin telah menimbulkan terjadinya fenomena globalisasi yang menyebar dengan cepat ke berbagai belahan dunia. Fenomena ini menjadikan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berjalan dengan sangat cepat dan begitu signifikan dampaknya bagi kehidupan umat manusia. Terlebih khusus pada perkembangan teknologi dan informasi yang menjadikan manusia semakin saling terhubung dan tidak terbatas penghalang.¹ Dengan tidak terbatasnya akses informasi tersebut, menjadikan isu-isu *soft politics* lebih mempunyai pengaruh yang signifikan bagi negara dalam mencapai suatu kepentingan dan berdiplomasi.² Diplomasi yang semula lebih berfokus pada penyeimbangan kekuatan antara negara berubah menjadi lebih banyak membahas isu-isu yang lebih inklusif seperti ekonomi, budaya maupun olahraga. Selain itu juga digunakan sebagai *soft power* dalam berdiplomasi.³

Joseph Nye, profesor Universitas Harvard mengatakan bahwa *soft power* adalah kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain untuk mendapatkan keinginan atau tujuan melalui daya tarik yang dimiliki alih-alih menggunakan paksaan ataupun membayar untuk mencapai hal tersebut.⁴ Setelah Nye mengungkapkan

¹ Dinda Ayuningtyas, "Peran Budaya Populer Sebagai Soft Power Bagi Negara Di Asia Timur," *Mondial: Jurnal Hubungan Internasional* 1, no. 1 (2024): 25.

² Triawan Lukman Pambudi, "Peran Publik Dalam Diplomasi: Penggunaan Diplomasi Basket Dalam Hubungan Amerika Serikat-Cina," *Jurnal Analisis Hubungan Internasional* 5, no. 3 (2016): 111–125.

³ Elvin Abdurahmanli, "Definition of Diplomacy and Types of Diplomacy Used Between States," *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi* 3, no. 3 (2021): 582.

⁴ Joseph Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (2008): 94–109.

mengenai *soft power* ini, negara-negara berlomba-lomba untuk meningkatkan *soft power* nya dengan menggunakan berbagai mekanisme, salah satunya dengan menggunakan diplomasi publik.⁵ Selanjutnya perubahan dari diplomasi publik ke diplomasi publik baru menekankan pada keterbukaan, keterhubungan, transparansi dan inovasi membutuhkan aktor yang lebih banyak dan tidak hanya terbatas pada aktor negara.⁶ Keterlibatan aktor yang lebih banyak tersebut menciptakan pola hubungan komunikasi dua arah dalam diplomasi publik.⁷ Hal ini yang kemudian membentuk konsep baru yang menekankan pada peran warga negara dalam pelaksanaan diplomasi publik negara. Warga negara dianggap memiliki kemampuan berkomunikasi dan berjejaring yang lebih baik sehingga mampu menyatukan persepsi dan perbedaan melalui nilai-nilai yang mereka bawa dengan berbagai cara.⁸ Oleh karena itu, meskipun *soft power* dan diplomasi publik termasuk *citizen diplomacy* di dalamnya merupakan konsep yang berbeda, namun kedua hal tersebut seperti melengkapi satu sama lain dan tidak terlepas dari pelaksanaan diplomasi publik negara.⁹

Salah satu fenomena yang memperlihatkan interaksi publik dua arah serta menyebarkan daya pikat adalah melalui Formula One (F1), sebuah ajang balap mobil yang mengalami kenaikan jumlah fans yang begitu masif dalam kurun waktu lima tahun ke belakang. Pada tahun 2021, tercatat jumlah penonton F1 secara global

⁵ Ferdian Sofia Trisni, Rika Isnarti, Anita Afriani Sinulingga, "Pencapaian Kepentingan Korea Selatan Melalui Diplomasi Publik Korean Wave," *Global Strategis* 12, no. 2 (2018): 131–142.

⁶ Stuart Murray, *Sports Diplomacy: Origins, Theory and Practice*, 1st Editio. (London: Routledge, 2018).

⁷ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice," in *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, ed. Jan Melissen, First. (Hampshire: Palgrave Macmillan, 2005), 3–27.

⁸ Paul Lachelier and Sherry Lee Mueller, "Citizen Diplomcy," in *A Research Agenda for Public Diplomacy*, ed. Eytan Gilboa (Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2023), 91–102.

⁹ Adila Putri Sofia Trisni, "Diplomasi Publik Dan Soft Power: Sama Atau Berbeda?," *Andalas Journal of International Studies (AJIS)* 12, no. 1 (2023): 1–12.

rata-rata berada pada angka 70,3 juta penonton. Angka tersebut naik sebanyak 13% dari tahun sebelumnya dimana penonton F1 tercatat hanya sebanyak rata-rata 60,3 juta penonton.¹⁰ Di media sosial seperti Instagram, Youtube dan TikTok F1 mengalami kenaikan jumlah pengikut yang begitu banyak. Naik dengan persentase 40% menjadi 49,1 juta dengan jumlah *engagement* yang meningkat hingga 74% menjadi 1,5 miliar.¹¹ Kenaikan ini menunjukkan bahwa atensi publik global terhadap F1 mengalami kenaikan yang sangat besar dan hal itu juga berlaku di Indonesia. Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan populasi terbanyak di dunia juga tidak terlepas dari pengaruh popularitas F1 yang tumbuh begitu pesat selama satu dekade terakhir. Meskipun hingga saat ini masih belum terdapat angka pasti mengenai jumlah penggemar F1 di Indonesia secara resmi, namun selama kurang lebih 5 tahun terakhir, akun-akun fanbase F1 seperti @f1SpeedIndonesia dan @BoxBoxNowIndonesia mengalami kenaikan jumlah pengikut yang sangat masif. Setiap postingan maupun konten yang mereka unggah memiliki kurang lebih puluhan ribu bahkan hingga ke angka jutaan aktivitas dalam bentuk *like* maupun komentar.¹² Angka ini terbilang besar bagi sebuah akun fanbase olahraga khususnya pada ajang balap.

¹⁰ Formula One, "Formula 1 Announces TV, Race Attendance and Digital Audience Figures for 2021," *Formulaone.Com*, last modified 2022, accessed February 17, 2024, <https://www.formula1.com/en/latest/article/formula-1-announces-tv-race-attendance-and-digital-audience-figures-for-2021.1YDpVJIOHGnuok907sWcKW>.

¹¹ Tri Cahyo Nugroho, "Penonton F1 Di Televisi Dan Platform Media Sosial-Digital Naik," *Motosport.Com*, last modified 2022, accessed December 25, 2024, <https://id.motosport.com/f1/news/penonton-f1-televisi-platform-media-sosial-digital-naik/8254550/>.

¹² F1SpeedIndonesia BoxBoxNowIndonesia, *Youtube Post*, accessed December 25, 2024, <https://www.youtube.com/@BoxBoxNowIndonesia> & <https://www.youtube.com/@F1SpeedIndonesia>.

Perkembangan F1 yang begitu pesat secara global dan di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh penjualan F1 kepada perusahaan asal Amerika Serikat yaitu Liberty Media pada tahun 2016 dengan harga yang terbilang fantastis, yaitu seharga US\$ 4,4 miliar (Rp57,437 triliun).¹³ Dibawah kendali Liberty Media, F1 menjelma menjadi olahraga yang lebih populer dan modern dari sebelumnya yang terkenal sebagai olahraga yang tradisional dan cenderung eksklusif dengan memanfaatkan teknologi digital. Ekspansi digital dan perubahan dalam berbagai segi regulasi yang masif dilakukan oleh Liberty Media membuka jalan bagi F1 untuk semakin dikenal oleh masyarakat dan menarik penggemar baru dari seluruh dunia. Kenaikan tersebut juga disebabkan oleh Liberty Media yang menggunakan nilai dan budaya olahraga dari Amerika Serikat berupa “sportainment” dalam menjalankan F1. Sportainment merupakan penggabungan antara hiburan beserta nilai komersial di dalamnya dengan olahraga.¹⁴ Michael Goldman dalam jurnalnya yang berjudul ‘Sportainment: Changing Pace Limited over cricket In South Africa’ menyatakan “*The premise of the new format of the game was that this series was changing the way cricket was traditionally played and viewed, Sportainment – the combination of sport and entertainment*”.¹⁵

¹³ BBC Indonesia, “F1 Dibeli Oleh Liberty Media Dari Amerika Serikat,” *BBC.Com*, last modified 2016, accessed December 10, 2024, https://www.bbc.com/indonesia/olahraga/2016/09/160908_olahraga_formulaone_liberty.

¹⁴ Andre Richelieu, “From Sport to ‘Sportainment’: The Art of Creating an Added-Value Brand Experience for Fans,” *Journal of Brand Strategy* 9, no. 4 (2021): 408–422.

¹⁵ Michael Goldman and Kate Johns, “Sportainment: Changing the Pace of Limited-Overs Cricket in South Africa,” *Management Decision* 47, no. 1 (2009): 124–136.

Selain itu di bawah kendali Liberty Media, F1 juga mulai turut serta dalam menyebarkan nilai-nilai kemanusiaan seperti mengenai *diversity* dan *inclusion*. F1 berkomitmen dalam menumbuhkan budaya keberagaman dan inklusivitas, di mana perspektif dan budaya yang berbeda dihormati dan diterima. F1 juga berupaya dalam mengampanyekan inisiatif non- diskriminasi terhadap hal apapun seperti jenis kelamin, status sosial, ras, kepercayaan maupun warga kenegaraan dalam setiap kegiatan yang mereka laksanakan.¹⁶ F1 melalui serangkaian program maupun inisiatif yang mereka lakukan, berkomitmen untuk membangun lingkungan olahraga yang lebih terbuka untuk semua orang dan mendobrak setiap stereotip yang berkaitan dengan dunia olahraga bermotor.¹⁷ Komitmen F1 terhadap nilai keberagaman dan inklusivitas tersebut juga sejalan dengan program yang dikampanyekan oleh pemerintah Amerika Serikat melalui *Diversity and Inclusion Strategic Plan (DISP)*¹⁸ dan *Diversity, Equity, and Inclusion (DEI) Program*.¹⁹

Pesatnya pertumbuhan penggemar F1 secara global khususnya di Indonesia dan adanya bukti bahwa penggemar atau fans dapat menjadi aktor yang efektif dalam diplomasi dan penyebaran nilai, membuat fenomena ini menjadi menarik untuk dibahas. Terlebih posisi Amerika Serikat di kawasan Asia Tenggara khususnya Indonesia yang menemui berbagai tantangan seiring dengan semakin

¹⁶ James Darley, "Inside Formula 1's Historic Diversity & Inclusion Charter," *Sustainability Magazine*, last modified 2024, accessed February 26, 2025, <https://sustainabilitymag.com/articles/inside-formula-1s-historic-diversity-inclusion-charter>.

¹⁷ Formula One, "Diversity & Inclusion," *Formula One World Championship Limited*, last modified 2021, accessed March 3, 2025, <https://corp.formula1.com/diversity-inclusion/>.

¹⁸ U.S. Department of State, *Our Commitment to Diversity, Equity, and Inclusion*, 2019.

¹⁹ "Executive Order on Diversity, Equity, Inclusion, and Accessibility in the Federal Workforce," *The White House*, last modified 2021, accessed February 26, 2025, <https://bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/presidential-actions/2021/06/25/executive-order-on-diversity-equity-inclusion-and-accessibility-in-the-federal-workforce/>.

naiknya popularitas Tiongkok,²⁰ menjadikan fenomena pertumbuhan fans F1 yang notabennya kini sarat dengan nilai-nilai dan budaya yang berasal dari Amerika Serikat penting untuk dikaji lebih dalam. Penelitian ini juga penting dilakukan untuk dapat memahami bagaimana penggemar F1 di Indonesia ikut terlibat dan dapat dikategorikan sebagai agen diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia. Hal tersebut diharapkan mampu memberikan wawasan baru mengenai peran olahraga dan aktor non negara dalam memperkuat hubungan antarnegara dan mendukung terciptanya kolaborasi yang lebih jauh antara Indonesia dan Amerika Serikat berbagai bidang, khususnya di bidang pengembangan olahraga.

1.2. Rumusan Masalah

Selama kurang lebih satu dekade terakhir, terdapat pergeseran tren dalam dunia internasional yang kini lebih banyak berfokus pada penggunaan diplomasi publik dan *soft power* seperti budaya ataupun olahraga untuk mencapai kepentingan dan memperkuat hubungan mereka dengan negara lain. Amerika Serikat sebagai salah satu kekuatan utama dunia yang juga cukup aktif dalam penggunaan diplomasi publik melalui olahraga.²¹ Dengan pesatnya perkembangan penggemar F1 di Indonesia setelah ajang tersebut diakuisisi oleh Liberty Media, menjadikan penggemar F1 di Indonesia memiliki potensi untuk menjadi agen diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia. Hal ini karena mereka baik secara langsung maupun tidak langsung dapat menyebarkan nilai-nilai dan budaya dari Amerika melalui

²⁰ Humphrey Wangke, "Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis Bidang Hubungan Internasional Puslit Bkd Prospek Hubungan Amerika Serikat Dengan Indonesia Dan Negara-Negara Indo-Pasifik," *INFO Singkat: Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis* 12, no. 22 (2020): 7–12, https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/info_singkat/Info_Singkat-XII-22-II-P3DI-November-2020-170.pdf.

²¹ Triawan Lukman Pambudi, "Peran Publik Dalam Diplomasi: Penggunaan Diplomasi Basket Dalam Hubungan Amerika Serikat-Cina."

berbagai kegiatan yang dilakukan oleh komunitas penggemar F1 tersebut. Akan tetapi, tidak semua kegiatan yang dilakukan oleh penggemar atau fans dapat digolongkan sebagai inisiatif diplomasi publik. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti aktivitas yang dilakukan oleh para penggemar F1 di Indonesia, untuk mengetahui bagaimana keterlibatan mereka dalam diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang dan Rumusan Masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, Peneliti ingin mengetahui, “Bagaimana keterlibatan penggemar F1 di Indonesia dalam diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia?”

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana keterlibatan penggemar F1 di Indonesia dalam diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia. Secara khusus penelitian ini akan mengkaji empat indikator utama yang membentuk keterlibatan penggemar dalam diplomasi publik. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana identitas penggemar terbentuk dalam konsumsi budaya olahraga yang terkait dengan Amerika Serikat. Selain itu mengenai peran representasional mereka dalam mempromosikan nilai-nilai dari negara tersebut. Penelitian ini juga akan mengkaji sejauh mana penggemar F1 bergerak baik secara independen ataupun organisasional dalam membangun narasi positif tentang Amerika Serikat. Kemudian akan meneliti target audiens mereka, baik di dalam komunitas mereka sendiri maupun dalam tingkatan yang lebih luas.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis dalam kajian diplomasi publik, khususnya yang menitikberatkan pada keterlibatan individu dan komunitas penggemar olahraga dapat berperan dalam membentuk citra sebuah negara. Dari sisi teoretis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam menambahkan perspektif baru dalam diplomasi publik dan *citizen diplomacy* berbasis olahraga. Penelitian ini juga akan memperluas pemahaman tentang bagaimana komunitas penggemar dapat bergerak dalam berbagai tingkatan diplomasi. Secara praktis, penelitian ini juga bermanfaat dalam merancang strategi diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia khususnya melalui olahraga. Selain itu, bagi komunitas penggemar F1 di Indonesia, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang keterlibatan mereka tidak hanya sebatas hiburan, melainkan juga memiliki dampak yang lebih luas dalam membentuk persepsi dan hubungan diplomatik kedua negara.

1.6. Studi Pustaka

Rujukan pertama dalam penelitian ini adalah jurnal yang berjudul “*Current Political Uses of Sport Revised: Beyond Public Diplomacy and Sportwashing*” oleh Rafael Costa dan Marcelo Moriconi pada jurnal *Front. Sports Act. Living* tahun 2024. Pada artikel ini kedua peneliti mengeksplorasi peran penting yang diemban olahraga dalam pelaksanaan diplomasi dan politik, khususnya yang terjadi di negara-negara teluk seperti Qatar, Arab Saudi dan Uni Emirat Arab. Mereka menjelaskan bahwa negara-negara tersebut secara strategis memanfaatkan olahraga sebagai instrumen diplomasi maupun politik untuk mencapai tujuan diplomatik dan ekonomi, yang mana sering dikaitkan dengan fenomena yang dikenal sebagai

“sportwashing”. Kedua peneliti juga mengemukakan bahwa olahraga dapat berfungsi sebagai alat politik dan diplomasi negara untuk menyebarkan pesan dan nilai yang mereka inginkan. Selain itu, penelitian tersebut membuka pemahaman baru dan sebagai jalan untuk pembahasan yang lebih dalam mengenai penggunaan olahraga sebagai instrumen diplomasi negara.²²

Rujukan kedua pada penelitian ini adalah jurnal yang berjudul “*Fandom-Driven Global Cultural Exchange: Eksplorasi Peran Komunitas Penggemar Twice (Once) Di Indonesia Sebagai Katalis Pariwisata Budaya*” oleh Rini Lestari pada “*INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*” tahun 2024. Pada jurnal ini peneliti menjelaskan bahwa penggemar atau fans dapat menjadi agen diplomasi publik suatu negara. Penggemar berperan sebagai katalis pertukaran budaya dan pertumbuhan melalui serangkaian kegiatan yang mereka laksanakan. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa kecintaan penggemar grup band musik, dalam hal ini TWICE, terbukti telah meningkatkan perekonomian melalui konsumsi produk yang berkaitan dengan grup band yang mereka sukai, mempengaruhi budaya sosial melalui adopsi budaya, membentuk jaringan global yang memungkinkan terjadinya pertukaran budaya serta mempromosikan pariwisata dan hiburan Korea Selatan di Indonesia. Hal ini kemudian menegaskan bahwa di era saat ini, penggemar suatu fenomena populer memiliki potensi yang besar sebagai agen yang mempromosikan nilai serta budaya dan memiliki peran penting dalam diplomasi publik internasional.²³

²² Rafael Costa and Marcelo Moriconi, “Current Political Uses of Sport Revised: Beyond Public Diplomacy and Sportswashing,” *Frontiers in Sports and Active Living* 6, no. August (2024): 1–12, <https://doi.org/10.3389/fspor.2024.1316732>.

²³ Rini Lestari, “Fandom-Driven Global Cultural Exchange: Eksplorasi Peran Komunitas Penggemar Twice (Once) Di Indonesia,” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4 (2024): 8720–8736, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>.

Rujukan ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal yang berjudul “Peran Publik dalam Diplomasi: Penggunaan Diplomasi Basket dalam Hubungan Amerika Serikat-Cina” oleh Triawan Lukman Pambudi pada *Jurnal Analisis Hubungan Internasional* tahun 2016. Pada jurnal ini peneliti menjelaskan bahwa olahraga dapat menjadi salah satu alternatif bagi negara dalam melaksanakan diplomasi publik. Keterkaitan olahraga dengan politik ia jelaskan layaknya suatu simbiosis dimana kedua hal tersebut saling memberikan pengaruh dan pada suatu aspek dapat dijadikan sebagai instrument untuk melaksanakan diplomasi. Penggunaan National Basketball Association (NBA) sebagai alat diplomasi publik Amerika Serikat ke negara lain. NBA adalah liga basket utama dan merupakan olahraga populer di negara tersebut yang sarat akan nilai serta budaya yang dianut oleh Amerika sehingga hal ini dimanfaatkan sebagai alat diplomasi publik mereka.

Salah satu contohnya adalah penggunaan NBA sebagai alat diplomasi Amerika ke Tiongkok sebagai upaya perbaikan hubungan dan menjalin kerjasama. Serangkaian kegiatan seperti pengiriman atlet-atlet bintang untuk melaksanakan pelatihan bagi anak-anak dan pertandingan persahabatan maupun kegiatan jumpa fans terbukti telah menciptakan kesepahaman dan memperbaiki hubungan antara Amerika Serikat dengan Tiongkok. Hal ini menunjukkan bahwa olahraga, khususnya ajang olahraga populer dapat menjadi alat diplomasi yang efektif dalam menjalankan diplomasi. Melalui olahraga tersebut juga, negara-negara dapat berinteraksi dalam situasi yang lebih santai dan informal yang pada akhirnya dapat menciptakan hubungan baik serta kerjasama di berbagai bidang. Selain itu, interaksi sosial antara aktor non negara dalam pelaksanaannya terbukti mampu menciptakan

hubungan yang lebih luas dan inklusif sehingga mengefektifkan pelaksanaan diplomasi internasional.²⁴

Rujukan keempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal yang berjudul “Upaya Arab Saudi Menggapai Saudi Vision 2023: *Nation Branding via Event F1 Tahun 2020-2022*” oleh Abiyu Ibnuyasa & Resa Rasyidah pada *Jurnal Hubungan Internasional* tahun 2023. Jurnal ini menjelaskan mengenai penggunaan F1 sebagai instrumen diplomasi publik guna menciptakan *nation branding* bagi Arab Saudi. F1 dipilih oleh Arab Saudi karena terbukti memiliki potensi yang besar untuk membantu mempromosikan budaya serta menciptakan citra positif bagi suatu negara. Hal ini karena F1 merupakan ajang olahraga populer yang dinikmati oleh jutaan orang dari seluruh dunia, baik yang hadir secara langsung maupun melalui tayangan televisi dan platform media sosial. Pada jurnal ini kedua peneliti juga menjelaskan bahwa melalui serangkaian kegiatan, Arab Saudi menjadikan F1 sebagai upaya mereka untuk membangun citra baru bagi negara mereka ke dunia internasional. Penelitian ini menunjukkan bahwa F1 sebagai salah satu ajang olahraga populer merupakan alat yang efektif dalam pelaksanaan diplomasi publik melalui keterlibatan beragam aktor di dalamnya dan cakupan atensi publik yang luas.²⁵

²⁴ Triawan Lukman Pambudi, “Peran Publik Dalam Diplomasi: Penggunaan Diplomasi Basket Dalam Hubungan Amerika Serikat-Cina.”

²⁵ Abiyu Ibnuyasa and Resa Rasyidah, “Upaya Arab Saudi Menggapai Saudi Vision 2023: Nation Branding via Event F1 Tahun 2020-2022,” *Jurnal Hubungan Internasional* 16, no. 2 (2023): 510–527.

Adapun rujukan terakhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah artikel yang berjudul “Diplomasi Publik Indonesia Melalui Penyelenggaraan Pagelaran Olahraga Balap Mandalika Tahun 2019-2023” oleh Sinta Rusmawati dan Resa Rasyidah pada “*INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*” tahun 2023. Pada jurnal ini dijelaskan bahwa pada saat ini, penyelenggaraan *event* atau ajang olahraga merupakan salah satu cara yang efektif dalam melaksanakan diplomasi publik. Penyelenggaraan ajang olahraga balap populer seperti MotoGP dan WSBK dipilih oleh Indonesia sebagai instrument diplomasi publik nya kepada masyarakat global. Melalui penyelenggaraan ajang balap tersebut, peneliti mengungkapkan bahwa Indonesia berhasil memberikan gambaran identitas serta nilai-nilai nasional nya serta menaikkan citra dan potensi pariwisata Indonesia secara luas kepada dunia.

Adanya keikutsertaan berbagai aktor seperti pemerintah, promotor balapan, tim balap, atlet balap serta media terbukti secara kolektif telah menciptakan pembicaraan yang positif bagi Indonesia di mata dunia. Pada akhirnya, penyelenggaraan ajang olahraga populer yang menarik minat banyak masyarakat internasional memberikan Indonesia kesempatan untuk mempromosikan budaya dan nilai kearifan lokal, menaikkan citra positif negara dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat global. Hal ini kemudian memberikan pemahaman serta menegaskan potensi olahraga sebagai alat diplomasi publik suatu negara.²⁶

²⁶ Sinta Rusmawati and Resa Rasyidah, “Diplomasi Publik Indonesia Melalui Penyelenggaraan Pagelaran Olahraga Balap Mandalika Tahun 2019-2023,” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 10273–10287.

1.7. Landasan Teori

1.7.1. Konsep *Multi-level* dalam *Citizen Diplomacy*

Dalam bagian buku yang berjudul “*The Citizen Diplomats and their Pathway to Diplomatic Power*,” dari buku yang berjudul “*Diplomacy, Organisations and Citizens: A European Communication Perspective*,” Anca Anton & Raluca Moise mengembangkan suatu konsep dalam diplomasi publik yang didasarkan pada keterlibatan aktor non negara khususnya warga. Kedua peneliti mengatakan bahwa saat ini, kecenderungan dan kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dan bekerja sama secara internasional menjadi semakin penting untuk menyatukan persepsi dan perbedaan. Oleh karena itu mereka mengatakan bahwa peran warga menjadi semakin penting dalam pelaksanaan diplomasi publik.²⁷

Menurut Anton dan Moise, diplomat warga adalah ekspresi dari keinginan publik untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan nasional dan internasional. Namun mereka juga mengatakan bahwa diplomat warga memiliki keberagaman yang merupakan hasil dari masyarakat yang terfragmentasi dan ruang publik yang berlipat ganda di abad ke-21 ini. Kedua peneliti membagi diplomat warga menjadi lima jenis berdasarkan tipologinya, yaitu: (1) diplomat warga sebagai perantara, (2) diplomat warga sebagai perwakilan untuk kepentingan sektoral, regional atau lokal, (3) diplomat warga sebagai pelobi atau advokat untuk tujuan

²⁷ Anca Anton & Raluca Moise, “The Citizen Diplomats and Their Pathway to Diplomatic Power,” in *Diplomacy, Organisations and Citizens: A European Communication Perspective*, ed. Susana de Carvalho Spínola Sónia Pedro Sebastião, 1st ed. (New York: Springer Cham, 2021), 219–254, <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/30226/>.

tertentu, (4) diplomat warga sebagai pengubah atau transformator kebijakan dan/atau tatanan politik, baik domestik ataupun internasional, (5) diplomat warga sebagai agen otonom dalam hubungan internasional.²⁸

Anton dan Moise berpendapat bahwa sebagai aktor di luar sistem diplomatik negara, diplomat warga melakukan tindakan yang tidak diatur ketika mencoba mengakses dunia yang sangat teratur. Diplomat warga lebih berpedoman terhadap norma-norma sosial, opini publik, nilai-nilai dalam masyarakat dan penggunaan platform komunikasi yang efisien dibandingkan mengikuti pedoman diplomatik yang ada. Oleh karena itu, kedua peneliti menawarkan empat indikator untuk menganalisis sifat atau peran keterlibatan diplomat warga dalam diplomasi publik. Hal tersebut secara langsung terkait dengan peran dan representasi mereka, baik dalam hal siapa atau apa yang diwakili dan kepada siapa tujuannya.²⁹

1. Identity

Diplomat warga bertindak dalam berbagai tingkatan, baik secara pribadi ataupun profesional. Selain itu, keberagaman identitas yang mereka punya merupakan daya tarik dan komponen utama dalam *personal branding* mereka. Diplomat warga berkomunikasi dan melibatkan masyarakat berdasarkan identitas tersebut. Identitas tersebut bisa saja berupa selebritas, tokoh gerakan global, siswa sekolah, dan identitas lainnya yang menggambarkan diri mereka sendiri. Ketika menjalankan fungsi diplomatiknya, para warga negara dapat memunculkan perpaduan identitas yang sudah mereka punya. Sementara beberapa warga negara lain akan

²⁸ Moise, "The Citizen Diplomats and Their Pathway to Diplomatic Power."

²⁹ Moise, "The Citizen Diplomats and Their Pathway to Diplomatic Power."

mengembangkan identitas baru sebagai *personal branding* mereka. Selain itu, diplomat warga juga bisa mengembangkan berbagai kepentingan atau pendekatan dan menangani berbagai target lainnya.³⁰

2. Representation Role

Diplomat warga negara dapat bertindak sebagai pelobi ataupun advokat dalam suatu tujuan. Namun mereka juga dapat memiliki pendekatan yang berbeda seperti perantara, pengganggu status quo atau sekedar bergerak otonom. Oleh karena itu, hal tersebut berbeda dengan diplomat resmi negara yang hanya mewakili kepentingan negaranya, diplomat warga memiliki peran representasi yang lebih fleksibel dan beragam. Selain itu peran mereka juga dapat berubah sewaktu-waktu, tergantung pada konteks, audiens maupun isu yang dihadapi.³¹

3. Organisational Autonomy/Dependence

Menurut Anton dan Moise, semua diplomat warga, cepat atau lambat; mengidentifikasi perlunya dukungan organisasi untuk menggalang, mengembangkan serta memperkuat pengaruh dan dimensi strategis dari tindakan mereka. Namun, mereka tetap dapat mempertahankan identitas otonomnya. Selain itu, seiring berjalannya waktu, agenda dan wacana individu dan organisasi dapat menjadi semakin tersinkronisasi sehingga memperkuat pendekatan strategis (komunikasi) terhadap tindakan diplomasi (bersama) mereka.³²

³⁰ Moise, "The Citizen Diplomats and Their Pathway to Diplomatic Power."

³¹ Moise, "The Citizen Diplomats and Their Pathway to Diplomatic Power."

³² Moise, "The Citizen Diplomats and Their Pathway to Diplomatic Power."

4. Interest

Berbeda dengan para diplomat resmi negara yang menargetkan pejabat atau korps diplomatik negara lain, diplomat warga memiliki target yang lebih beragam dan fleksibel. Mereka seringkali menargetkan masyarakat umum dalam aksinya supaya mendapatkan dukungan publik melalui interaksi di media sosial. Selain itu, diplomat warga juga dapat menargetkan pemerintah atau pemangku kebijakan untuk menekan mereka melakukan perubahan nyata.³³

Konsep “*Multi-level dalam Citizen Diplomacy*” ini berfungsi sebagai alat yang komprehensif untuk memahami dan menganalisis fenomena pesatnya pertumbuhan penggemar F1 di Indonesia dan bagaimana keterlibatan mereka dalam diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia. Dengan mengkaji berbagai aktivitas, konten maupun kegiatan yang ada, mekanisme ini memberikan wawasan dalam mengidentifikasi dan menjelaskan bagaimana aktor non negara dapat terlibat dalam diplomasi publik suatu negara.

Tabel 1.1 Konsep *Multi-level dalam Citizen Diplomacy*

Aspek	Kategori
Identity	<ul style="list-style-type: none">- Individu- Anggota organisasi- Tokoh gerakan global
Representational Role	<ul style="list-style-type: none">- Perantara- Advokat- Pengganggu status quo- Aktor Otonom
Organisational Autonomy/Dependence	<ul style="list-style-type: none">- Independen- Bergantung pada organisasi/pihak eksternal
Interest	<ul style="list-style-type: none">- Target- Motivasi

Sumber: Anca Anton & Raluca Moise. *The Citizen Diplomats and their Pathway to Diplomatic Power.* (2021)

³³ Moise, “The Citizen Diplomats and Their Pathway to Diplomatic Power.”

1.8. Metodologi Penelitian

1.8.1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif eksploratif. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui studi lapangan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif dan relevan. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pertanyaan yang sudah dirancang guna mengetahui pengalaman, perspektif dan pandangan penggemar F1 mengenai diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia. Selain itu, peneliti juga menggunakan data sekunder yang didapatkan dari buku, artikel jurnal maupun berita dan konten yang terdapat pada sumber online yang berkaitan dengan diplomasi publik Amerika Serikat dan Formula One.

1.8.2. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, batasan penelitian diperlukan untuk lebih memahami dan mendalami objek yang diteliti. Adapun batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah batasan yang berkaitan dengan masalah yaitu mengenai diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia dengan studi kasus penggemar F1 di Indonesia. Selain itu juga terdapat batasan waktu yang diambil dalam kurun waktu tahun 2022-2025 yang didasarkan pada meledaknya pertumbuhan penggemar F1 di Indonesia.

1.8.3. Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisis dan unit eksplanasi sangat penting untuk dijabarkan dalam suatu penelitian. Unit analisis atau variabel dependen adalah objek kajian yang aktivitas dan perilakunya ingin kita jelaskan, deskripsikan dan

ramalkan dalam penelitian. Unit eksplanasi atau variabel independen adalah objek yang memengaruhi objek yang akan diteliti sehingga dapat menjelaskan dan meramalkan hal tersebut.³⁴ Adapun unit analisis dalam penelitian ini adalah komunitas penggemar F1 di Indonesia, sedangkan unit eksplanasinya adalah pertumbuhan penggemar F1 di Indonesia.

Level atau tingkat analisis dalam konteks Hubungan Internasional merujuk pada berbagai perspektif atau pandangan yang berbeda dan dapat digunakan untuk mempelajari ataupun menganalisis politik global. Tingkat analisis merupakan unit yang menjadi landasan keberlangsungan penelitian dengan menentukan skala atau ruang lingkup analisis. Terdapat beberapa tingkatan dalam analisis yaitu level analisa individu, kelompok, negara-bangsa, kelompok negara dan sistem internasional.³⁵ Adapun tingkat analisis pada penelitian ini adalah pada level kelompok dan dalam hal ini adalah komunitas penggemar F1 di Indonesia.

1.8.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara yang dilakukan terhadap individu yang telah dipilih dalam komunitas penggemar F1 di Indonesia dengan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Dalam hal ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* untuk memilih informan sesuai dengan kriteria yang relevan dengan tema penelitian. Peneliti menyeleksi informan berdasarkan tiga kriteria yang harus dipenuhi: (1) warga negara Indonesia,

³⁴ Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi* (Jakarta: LP3ES, 1990), 39-40

³⁵ Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi* (Jakarta: LP3ES, 1990), 39-40

(2) sudah mengikuti F1 dalam kurun waktu lima tahun ke belakang, (3) memiliki akun *fan page* di media sosial dengan jumlah penggemar lebih dari seribu orang. Selain itu, data yang digunakan dalam penelitian ini juga dapat bersumber studi pustaka. Data tersebut dikumpulkan dari berbagai bahan seperti buku, artikel jurnal, skripsi, dokumen, laporan, berita maupun sumber-sumber lain yang dapat dipertanggungjawabkan dan dapat mendukung serta relevan terhadap permasalahan yang dibahas pada penelitian ini.

1.8.5. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif oleh Lexy J. Moloeng yang menekankan pada makna dan pemahaman subjek penelitian yang dilakukan secara berulang untuk memastikan keakuratan data yang mendalam. Metode ini digunakan untuk menjelaskan fenomena, perilaku, persepsi, motivasi serta tindakan dari subjek yang diteliti. Terdapat tiga rangkaian kegiatan dalam metode ini, yaitu berupa reduksi data, kategorisasi data dan penafsiran data.³⁶

Dalam proses reduksi data, peneliti mengumpulkan berbagai data yang telah diperoleh dari hasil wawancara maupun studi pustaka yang kemudian dipelajari, ditelaah dan kemudian direduksi menggunakan teknik abstraksi. Pada titik ini, informasi yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara ditranskripsi ke dalam bentuk tulisan. Selanjutnya peneliti

³⁶ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif [Edisi Revisi]*, 34th ed. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014).

mengambil kutipan-kutipan yang memiliki ide pokok yang sama dengan konsep *citizen diplomacy* guna mempersempit data yang akan dianalisis.

Peneliti kemudian mengambil ide pokok dari kutipan yang didapatkan dari hasil wawancara dengan lima orang narasumber sebelumnya untuk dikategorisasikan sesuai dengan konsep yang digunakan. Ide pokok yang sudah dikategorisasi kemudian akan ditafsirkan oleh peneliti guna mendapatkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Peneliti juga coba mengembangkan hasil tafsir dari data yang telah dikategorisasi dengan konsep ataupun penelitian terdahulu untuk memperkuat argumen yang didapatkan dalam penelitian. Hasil dari semua proses tadi yang pada akhirnya akan disajikan oleh peneliti guna menjawab pertanyaan bagaimana keterlibatan penggemar Formula F1 di Indonesia dalam Diplomasi Publik Amerika Serikat di Indonesia.

1.9. Sistematika Penelitian

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang yang menggambarkan permasalahan yang diteliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian, rumusan masalah, kerangka pemikiran dan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II: FORMULA ONE DAN DIPLOMASI PUBLIK

Pada bab ini akan membahas mengenai perkembangan Formula One (F1) sebagai olahraga global yang memiliki basis penggemar internasional, serta potensi F1 sebagai sarana diplomasi publik dan perkembangan diplomasi publik ke diplomasi publik baru serta diplomasi publik Amerika Serikat

BAB III: KOMUNITAS PENGGEMAR F1 DI INDONESIA

Bab ini membahas fenomena pertumbuhan penggemar F1 di Indonesia. Selain itu juga membahas mengenai akun *fan base* penggemar F1 yang akan menjadi objek penelitian. Hal ini akan membantu mengidentifikasi aktor, faktor, dan mekanisme yang memungkinkan diplomasi publik terjadi melalui komunitas penggemar.

BAB IV: PENGGEMAR DALAM DIPLOMASI PUBLIK

Bab ini merupakan inti dari penelitian, di mana hasil yang ditemukan dianalisis menggunakan teori yang relevan. Hal ini yang kemudian menjelaskan bagaimana keterlibatan penggemar F1 di Indonesia sebagai aktor dalam diplomasi publik AS, baik secara sadar maupun tidak sadar.

BAB V: PENUTUP

Bab ini akan menyimpulkan temuan utama dari penelitian, serta menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan pada bab pertama. Bab ini juga akan memaparkan saran serta rekomendasi terhadap penelitian lanjutan mengenai tema tersebut.

