

**DIPLOMASI PUBLIK AMERIKA SERIKAT DI INDONESIA:  
SEBUAH STUDI MENGENAI PENGGEAR FORMULA ONE**

**SKRIPSI**

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



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

**2025**

## ABSTRAK

Selama satu dekade terakhir, terdapat pergeseran tren mengenai penggunaan diplomasi publik oleh negara. Dengan pesatnya peningkatan jumlah penggemar Formula One di Indonesia setelah ajang tersebut diakuisisi oleh Liberty Media, perusahaan asal Amerika Serikat, menjadikan penggemar memiliki potensi terhadap penyelenggaraan diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia. Akan tetapi tidak semua aktivitas penggemar dapat dikategorikan ke dalam upaya diplomasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterlibatan penggemar F1 dalam diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif eksploratif dan pendekatan studi lapangan melalui wawancara terhadap lima konten kreator F1 di Indonesia dengan menggunakan konsep *citizen diplomacy* oleh Anca Anton dan Raluca Moise untuk mengetahui bagaimana keterlibatan penggemar F1 Indonesia dalam diplomasi publik. Konsep ini mencakup aspek mengenai identitas yang dibentuk, representasi yang diperankan, operasional kegiatan serta motivasi dan tujuan di balik kegiatan yang dilakukan oleh penggemar F1 Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penggemar membentuk beragam identitas dan merepresentasikan berbagai peran yang berbeda. Selain itu penggemar merupakan aktor yang independen dalam menjalankan diplomasi publik, namun tetap memiliki keterhubungan dengan komunitas global serta menjadikan masyarakat umum sebagai target utama dalam diplomasi publik, tetapi memiliki motivasi dan ketertarikan yang beragam dalam melaksanakannya. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penggemar terlibat dalam pelaksanaan diplomasi publik Amerika Serikat di Indonesia secara independen dengan membentuk berbagai identitas dan menjalankan peran yang beragam. Selain itu, penggemar menargetkan masyarakat umum dengan berbagai motivasi dibaliknya dalam upaya diplomasi publik tersebut.

**Kata Kunci:** *Citizen Diplomacy, Content Creator, Diplomasi Publik, Formula One, Penggemar*



## ABSTRACT

*Over the past decade, there has been a shift in trends regarding the use of public diplomacy by states. With the rapid increase in the number of Formula One fans in Indonesia after the event was acquired by Liberty Media, a US-based company, fans have the potential to conduct US public diplomacy in Indonesia. However, not all fan activities can be categorized into public diplomacy efforts. This study aims to determine the involvement of F1 fans in US public diplomacy in Indonesia. Researchers used exploratory qualitative research methods and a field study approach through interviews with five F1 content creators in Indonesia using the concept of citizen diplomacy by Anca Anton and Raluca Moise to find out how the involvement of Indonesian F1 fans in public diplomacy. This concept includes aspects regarding the identity formed, representations played, operational activities as well as the motivations and goals behind the activities carried out by Indonesian F1 fans. The results of this study show that fans form a variety of identities and represent a variety of different roles. In addition, fans are independent actors in carrying out public diplomacy, but still have a connection with the global community and make the general public the main target in public diplomacy, but have diverse motivations and interests in carrying it out. Based on these results, it can be concluded that fans are involved in the implementation of US public diplomacy in Indonesia independently by forming various identities and carrying out various roles. In addition, fans target the general public with various motivations behind their public diplomacy efforts.*

**Keywords:** *Citizen Diplomacy, Content Creators, Public Diplomacy, Formula One, Fans*

