



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 10273-10287

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Diplomasi Publik Indonesia Melalui Penyelenggaraan Pagelaran Olahraga Balap Mandalika Tahun 2019-2023

Sinta Rusmawati^{1✉}, Resa Rasyidah²

Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: sintarusma6@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Diplomasi publik merupakan strategi yang digunakan oleh negara untuk mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat internasional terhadap negara mereka. Salah satu bentuk diplomasi publik yang efektif adalah melalui penggunaan acara olahraga internasional sebagai platform untuk mempromosikan budaya, pariwisata, dan citra positif suatu negara. Sebagai bagian dari event olahraga internasional, MotoGP dan WSBK Mandalika adalah acara balap motor bergengsi yang diadakan di Pulau Lombok, Indonesia. Melalui pagelaran olahraga balap Mandalika, Indonesia memanfaatkan momentum ini untuk memperkenalkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan keramahan penduduk lokal kepada dunia. Pemerintah Indonesia secara aktif berkolaborasi dengan promotor dan pihak terkait untuk memastikan suksesnya acara ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif dengan memakai kerangka konseptual diplomasi publik.

Kata Kunci: *Diplomasi Publik, Olahraga, MotoGP, WSBK, Mandalika*

Abstract

Public diplomacy is a strategy by countries to influence the opinions and perceptions of the international community. One effective form of public diplomacy is through the use of international sports events as a platform to promote a country's culture, tourism, and positive image. As part of international sports events, MotoGP and WSBK Mandalika are prestigious motorcycle racing events held on the island of Lombok, Indonesia. Through the Mandalika motorsport events, Indonesia seizes this opportunity to introduce natural beauty, cultural richness, and local hospitality to the world. The Indonesian government actively collaborates with the event promoter and relevant parties to ensure the success of this event. This research employs qualitative and descriptive research methods, utilizing the conceptual framework of public diplomacy.

Keywords: *Public Diplomacy, Sport, MotoGP, WSBK, Mandalika*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, keterhubungan antar negara memungkinkan mereka mengejar kepentingan nasional melalui berbagai cara. Dalam hal ini diplomasi memainkan peran penting dalam hubungan internasional karena diplomasi melibatkan pertemuan dan interaksi khusus antara negara-negara. Diplomasi publik adalah bentuk komunikasi yang digunakan oleh pemerintah untuk berinteraksi dengan masyarakat global, dengan tujuan meningkatkan pemahaman tentang negara, nilai-nilai, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakannya. Diplomasi publik juga merupakan upaya bersama untuk meningkatkan kualitas komunikasi antara pemerintah dan masyarakat (Wang, 2006).

Salah satu aktivitas dari upaya diplomasi yaitu diplomasi melalui olahraga. Hal ini karena olahraga memiliki jangkauan audiens yang luas serta olahraga memiliki kekuatan politik yang mampu mempengaruhi hubungan internasional (Rizkia, 2019). Salah satu keuntungan yaitu olahraga memerlukan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan upaya diplomatik tradisional (Murray, 2013). Dalam banyak kasus, negara-negara dapat menggunakan acara olahraga internasional atau mengorganisir pertandingan bersama dengan negara lain untuk mencapai tujuan diplomasi mereka.

Sebagai bagian dari *event* berskala internasional, MotoGP merupakan kejuaraan dunia balap sepeda motor kelas atas yang diselenggarakan di lebih dari lima belas negara dengan sembilan belas balapan yang diselenggarakan. Sementara itu, WSBK adalah olahraga balap superbike internasional yang pertama kali diadakan di Amerika Serikat pada tahun 1988 (Putra, 2020). Di era pemulihan pandemi Covid 19, negara-negara dengan industri pariwisata mulai membuka perbatasan bagi wisatawan yang berkunjung. MotoGP mulai memulai pasarnya di negara Asia dengan Grand Prix Malaysia di sirkuit internasional Sepang

pada tahun 1999. Dengan penyelenggaraan MotoGP, Malaysia menggunakannya sebagai salah satu upaya *soft diplomacy* mereka (Nugraha, 2023).

Dengan berbagai keuntungan dari penyelenggaraan *event* olahraga balap tersebut, pemerintah Indonesia berusaha untuk mengembalikan MotoGP dan WSBK ke Indonesia. Pada tahun 2017 Indonesia mulai bernegosiasi dengan pihak Dorna Sports selaku promotor MotoGP untuk mendatangkan kembali *event* balap ke Indonesia. Proses membawa *event* tersebut ke Indonesia membutuhkan perjuangan ekstra. Indonesia telah merencanakan MotoGP pada tahun 2017 tepatnya 2017 hingga 2019 di Sirkuit Sentul. Kesepakatan penandatanganan kontrak MotoGP dan WSBK dilakukan di markas besar Dorna di Madrid Spanyol. Proses penandatanganan kontrak tersebut dilakukan oleh Abdulbar Mansoer selaku CEO ITDC dan Carmelo Ezpelata selaku CEO Dorna Sports dan disaksikan Duta Besar Indonesia Spanyol, Drs, Hermono M.A. Kontrak tersebut mengkonfirmasi kedua *event* besar berskala internasional selama 5 tahun terhitung mulai dari 2021 (ITDC, 2019). Penyelenggaraan *event* MotoGP dan WSBK dilakukan di sirkuit Mandalika Lombok yang terletak di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika.

Dalam pandangan Nicholas J Cull, praktik diplomasi publik dapat dijalankan melalui 5 upaya yaitu *listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy, dan international broadcasting*. Upaya *listening* merujuk kepada upaya aktor untuk mengelola lingkungan internasional dengan cara pengumpulan dan pengorganisasian data mengenai opini masyarakat asing. *Cultural Diplomacy* adalah upaya seorang aktor untuk mempengaruhi lingkungan internasional dengan menunjukkan budaya dan prestasinya kepada masyarakat asing atau dengan mempromosikan pertukaran dan transmisi budaya di luar negeri. *Exchange diplomacy* yaitu usaha negara untuk mengelola hubungan internasional dengan mengirimkan warga negaranya ke luar negeri dan sekaligus menerima warga negara dari luar negeri untuk jangka waktu tertentu untuk proses akulturasi. Terakhir, *international broadcasting* merupakan Upaya negara untuk mempengaruhi lingkungan internasional dengan memanfaatkan teknologi radio, televisi, dan internet untuk berkomunikasi dengan masyarakat asing (Cull N. J., 2008).

Terdapat penelitian terdahulu yang memaparkan diplomasi publik melalui *event* olahraga. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa literatur yang dijadikan bahan acuan penelitian. Pertama, penelitian oleh Gita Rizkia tahun 2018 dengan judul "Diplomasi Publik Indonesia Dalam Pelaksanaan Asian Games 2018 Sebagai Upaya Meningkatkan Pariwisata Indonesia Pada Tahun 2017-2018" (Rizkia, 2019). Pada penelitian tersebut memaparkan upaya-upaya diplomasi publik Indonesia melalui Asian Games. Penggunaan acara Asian Games berdampak positif terhadap branding country Indonesia

sebagai negara ramah wisatawan. Kedua, penelitian dari Vicky Rachmadana Yandy tahun 2022 dengan judul "Penyelenggaraan Pagelaran Olahraga Balap Di Sirkuit Mandalika Sebagai Upaya Peningkatan Nation Branding Indonesia" (Ramadhana, 2021). Penelitian tersebut memaparkan dampak penyelenggaraan *event* olahraga balap di sirkuit Mandalika bagi *nation branding* Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut terlihat bahwa *event* olahraga Mandalika berdampak positif bagi *nation branding* Indonesia. Persamaan penelitian ini dengan kedua literatur diatas yaitu membahas mengenai diplomasi publik melalui *event* olahraga. Sedangkan yang menjadi pembeda dengan literatur tersebut yaitu penelitian ini membahas mengenai upaya-upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia melalui penyelenggaraan *event* MotoGP dan WSBK. Hal ini merupakan *research gap* yang dijelaskan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi publik dengan upaya yang dipaparkan oleh Nicholas J Cull 2009.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi mengenai suatu kejadian atau situasi berdasarkan kondisi yang ada (Abubakar, 2021). Jangkauan penelitian ini diambil pada rentang waktu 2019-2023. Tahun 2019 sendiri merupakan awal waktu penelitian karena pada tahun 2019 terjadi awal kesepakatan Pemerintah Indonesia dengan pihak promotor yaitu Dorna Sports dan tahun 2023 merupakan pelaksanaan MotoGP dan WSBK Mandalika. Jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan teknik penelitian yang bertujuan memahami suatu fenomena perilaku, pengamatan, dan aktivitas subjek penelitian dan menggambarkannya dalam kata-kata. Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif cenderung dalam bentuk kata-kata dan gambar, sehingga tidak menekankan pada data angka (Syahza, 2021).

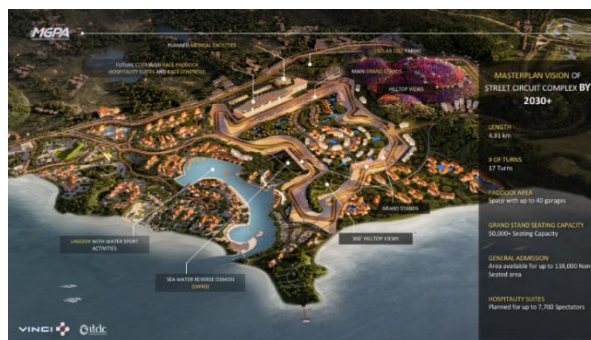
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika dan Pembangunan Sirkuit Mandalika

Mandalika merupakan sebuah Kawasan pariwisata yang terletak di pulau Lombok, Indonesia. Mandalika merupakan bagian dari Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) dan menjadi satu dari 5 destinasi super prioritas pemerintah. Kawasan Mandalika sendiri telah diserahkan kepada ITDC untuk dikembangkan menjadi pariwisata dengan cepat. ITDC akhirnya memilih konsep sport tourism dengan terus bernegosiasi dengan Dorna untuk membawa MotoGP dan WSBK ke Kawasan tersebut. Pada tanggal 28 Januari 2019, ITDC telah menjalin

kemitraan dengan Dorna Sports untuk mengadakan kejuaraan MotoGP 2021 – 2025. ITDC membayar biaya pengelolaan acara sebesar €9.000.000 untuk tahun 2021 (ITDC, 2019).

Setelah proses penandatanganan kontrak, pemerintah mulai memproses pembangunan sirkuit Mandalika agar segera rampung digunakan untuk WSBK di tahun 2021. Pada 2017, ITDC telah menandatangani MoU dengan pihak Roadgrip Motorsport dan Mrk1 Konsultan untuk Pembangunan sirkuit jalan raya pertama di dunia dengan mengikuti standar FIM. Untuk mendukung proses Pembangunan ITDC juga melakukan penandatanganan MoU dengan Vinci Construction dalam memanfaatkan lahan dengan luas 120 hektar di KEK Mandalika. Sebagai tanda awal dari mega proyek Mandalika, proses *groundbreaking* telah dilakukan pada tahun 2019, menandai komitmen Indonesia dalam menjadikan Mandalika sebagai nama besar dalam dunia balap. Selain pembuatan sirkuit, Pembangunan juga mencakup fasilitas pendukung seperti, *paddock modern, building center* yang fungsional, kursi penonton yang nyaman, dan berbagai fasilitas lainnya diarahkan untuk diimplementasikan (Sawaludin, 2022).



Gambar 1. Masterplan Sirkuit Mandalika
Sumber: Invest Islands (Invest Islands, 2021)

Pembangunan seluruh area sirkuit Mandalika dijadwalkan selesai pada 12 September 2021, tepat menjelang acara balap motor internasional FIM Superbike World Championship (WSBK) yang berlangsung pada 12-14 November 2021 (Fajrian, 2021). Sirkuit Mandalika dibangun di atas lahan luas seluas 1.035,67 hektar dan merupakan perpaduan unik antara konsep sirkuit jalan raya dengan sentuhan pemandangan laut yang eksotis. Sirkuit Mandalika memiliki trek sepanjang 4,3kilometer dan membentang dengan 17 tikungan, 11 tikungan kanan dan 6 tikungan kiri (Aditya, 2022). Sirkuit Mandalika akhirnya diresmikan oleh Presiden Jokowi pada 12 November 2021 dan diharapkan membawa *multiplier effect* di bidang ekonomi dan pariwisata (ITDC, 2021).

Upaya Diplomasi Publik Indonesia melalui *Advocacy, Cultural Diplomacy, dan International Broadcasting*

1. Upaya Diplomasi Publik Melalui Advocacy

Advokasi seringkali melibatkan upaya mempromosikan kebijakan, ide, maupun kepentingan dari suatu negara di masyarakat asing. Selain itu advokasi mencakup komunikasi strategis dan terarah dengan penggunaan berbagai saluran komunikasi seperti media massa, konferensi, pertemuan diplomasi, dan kampanye publik untuk mencapai tujuan diplomasi yang ditetapkan (Wang, 2006). Dalam penyelenggaraan *event* balap Mandalika, Pemerintah menugaskan ITDC dan MGPA untuk berkomunikasi dengan Masyarakat maupun dengan pihak promotor. ITDC atau "Indonesia Tourism Development Corporation" merupakan sebuah perusahaan yang berfokus pada pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata di Indonesia. Sedangkan MGPA atau "Mandalika Grand Prix Association," merupakan sebuah asosiasi yang berkaitan dengan penyelenggaraan ajang balap motor di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika (ITDC, 2019).

Dalam Upaya untuk melaksanakan advokasi, pemerintah mengambil upaya dengan menggunakan konferensi pers untuk mempromosikan pesan-pesan penting di lingkungan global. Hasil dari konferensi pers tersebut dipublikasikan melalui laman resmi ITDC dengan menampilkan berbagai progress dan info terkini. Pada tanggal 1 Desember 2021, Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menggelar konferensi internasional bertema "Infinity Experiences of Nature and Sport Tourism." Dalam konferensi ini, dibahas tren baru dalam industri pariwisata yang berkembang setelah pandemi COVID-19. Salah satu poin utama adalah peningkatan minat dalam wisata alam yang autentik dan berkelanjutan (Kompas, 2021).

Selain itu terdapat konferensi pers yang diadakan oleh Pemerintah Indonesia yaitu Mandalika GP Series yang diadakan oleh ITDC dan MGPA pada 8 Maret 2022. Acara ini digelar di Mandalika GP Hub, Oval Antrium Epicentrum Walk, Jakarta, dan menandai awal dari sebuah kolaborasi unik yang melibatkan 15 perusahaan terkemuka di Indonesia sebagai sponsor utama untuk WSBK dan MotoGP. Para perusahaan ini menjadi sponsor utama dan membantu mewujudkan visi acara tersebut dan memberikan dukungan penting untuk kesuksesannya. Konferensi tersebut juga memperkenalkan logo resmi Mandalika GP Series dan Mandalika Xperience sebagai sarana branding acara (Antara, 2022).

Selain mengadakan konferensi pers dalam menyebarkan pesan, pemerintah Indonesia melalui MGPA menggelar acara Kick Start Race pada 23 November 2019. Acara Kick Start Race to 2021 memiliki beberapa tujuan penting. Pertama, memperkenalkan secara resmi MGPA sebagai badan yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan balapan internasional di Sirkuit Mandalika. Kedua, memperkenalkan desain akhir dari Mandalika

International Street Circuit. Ketiga, melakukan perhitungan mundur (*Countdown*) untuk pra-pemesanan tiket acara MotoGP Indonesia 2021 (Tempo, 2019).



Gambar 2. Acara Kick Start Race 2021

Sumber: Kemenparekraf (Kemenparekraf, 2022)

2. Upaya Diplomasi Publik Melalui *Cultural Diplomacy*

Dalam upaya *cultural diplomacy*, langkah inovatif ITDC yaitu dengan mengintegrasikan unsur budaya lokal dalam desain sirkuit Mandalika. Motif Subahnale, yang merepresentasikan tenun tradisional dari Suku Sasak di Pulau Lombok telah diadaptasi dengan sangat mencolok pada area aspal di tikungan ke-15 dan 16 di sirkuit. Penampilan motif tenun Subahnale ini di tikungan tersebut memiliki arti yang dalam, menjadi lambang dari perpaduan warna merah, putih, dan hijau yang membentuk huruf dan terhubung satu sama lain. Ini menggambarkan bagaimana budaya dapat menjadi dasar yang kokoh untuk inovasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Kompas, 2022).



Gambar 3. Motif Sasak di Sirkuit Mandalika

Sumber: detikFinance (Hikam, 2022)

ITDC juga memperkenalkan logo resmi yaitu Logo Mandalika GP Series dan Mandalika Xperiences. Logo Mandalika GP series memiliki arti warna-warna tropis yang digunakan menggambarkan semangat baru dalam dunia olahraga balap. Sedangkan logo Mandalika Xperiences mengemban peran sebagai identitas bagi berbagai acara selain *event* balap, seperti konser musik, seni budaya, dan kegiatan olahraga lainnya.



Gambar 4. Logo Resmi dalam *Event* Balap Mandalika
Sumber: Kemenparekraf (Kemenparekraf, 2022)

Selain memasukkan unsur budaya dalam desain dan logo, pemerintah Indonesia juga membuat *event event* pendukung untuk meramaikan *event* utama dengan tetap memasukkan unsur budaya. *Event* tersebut antara lain Festival Bau Nyale yang dalam pelaksanaannya tersimpan budaya Mandalika. Festival Bau Nyale adalah sebuah perayaan budaya yang diadakan di Pulau Lombok, Indonesia, khususnya di daerah Kuta dan sekitarnya. Nyale diyakini sebagai inkarnasi Putri Mandalika, dan perayaan Festival Bau Nyale pun diadakan untuk memperingati legenda (Kemenparekraf, 2022). Festival Bau Nyale yang awalnya direncanakan sebagai bagian dari acara WSBK 2021, mengalami perubahan akibat pandemi COVID-19 global sehingga Festival ini diadakan ke format hybrid dan menayangkannya di berbagai platform serta situs resmi Dinas Pariwisata NTB (Imansyah, 2021). Sementara itu pada MotoGP 2022, WSBK 2022, dan WSBK 2023 Festival ini menjadi festival pembuka untuk memeriahkan acara (Kominfo, 2020).

Festival lain yang diadakan dalam mendukung MotoGP dan WSBK Mandalika yaitu Festival Musik dan Festival Kuliner Jajanan Bango. Salah satu Festival Musik yang diadakan yaitu Mandalika Tropical Fest pada 19-20 Maret 2022 di Lapangan Parkir Cadangan Timur 1, Tanjung Aan. Festival ini menghadirkan Musisi tanah air dan merupakan ajang bagi musik asli Lombok untuk mendapatkan panggungnya. Mandalika Tropical Festival diadakan pada tanggal dengan turut mengundang God Bless dan Musisi asli Lombok yaitu Sundancer, The Dare, The Gokil Boys, dan Amtenar (Eventori, 2022). Sedangkan, Festival Jajanan Bango yaitu Festival kuliner Indonesia yang merupakan kolaborasi antara Unilever dan Kemenparekraf untuk mengenalkan kuliner khas Indonesia yang berbumbu kecap. Festival ini diadakan pada tanggal 18-20 Maret 2022 di Pantai Kuta Mandalika dan merupakan program untuk mendukung Indonesian Spice UpThe World. Festival Jajanan Bango (FJB) Mandalika telah sukses menghadirkan 34 penjaja kuliner otentik Indonesia, termasuk 6 penjaja kuliner legendaris dari berbagai wilayah nusantara dan 28 penjaja kuliner lokal khas Nusa Tenggara Barat (NTB)(Santosa, 2022).

Event olahraga balap Mandalika yang berhasil digelar pada periode 2021-2023 adalah *event* WSBK 2021 pada tanggal 19-21 November 2021, WSBK 2022 pada 11-13 November 2022, MotoGP 2022 pada tanggal 18-20 Maret 2022, dan WSBK 2023 pada tanggal 4-5 Maret 2023. Pemerintah membuat kolaborasi unik antara seniman Lombok dengan Masyarakat setempat untuk membuat parade budaya sebagai acara penyambutan para rider di Mandalika. Karnaval budaya pada *event* WSBK 2023 dimulai dengan atraksi tari peresean atau seni adu pukul rotan yang diikuti 100 orang menggunakan pakaian adat Sasak. Hal yang menarik ialah sepuluh rider WSBK ikut serta dalam karnaval tersebut sebagai pengiring acara nyongkolan atau sejenis upacara pernikahan pengantin Sasak. Sepuluh riders tersebut ialah Can Oncu dari Puccetti Racing, Phillip Oetti dari Team GoEleven, Hafidz Syahrin dari Petronas MIE Racing, Axel Bassani dari Motocorsa Racing, dan lainnya. Mereka mengenakan sabuk dan selendang kain tenun Lombok (Setiawan, 2023).



Gambar 5. Kemeriahan Acara Karnaval Budaya Mandalika

Sumber: Detik (Viqi, 2023)

3. Upaya Diplomasi Publik melalui International Broadcasting

Upaya *international broadcasting* memiliki potensi untuk saling berkaitan dengan berbagai aspek diplomasi publik lainnya. Hal ini mencakup dalam penyampaian pesan dalam konteks editorial atau penyiaran kebijakan, *cultural diplomacy* dalam promosi budaya melalui konten budaya, serta kolaborasi dalam pertukaran program dan personel dengan penyiar lain (Cull N. J., 2008, p. 34).

Indonesia membuat situs web resmi ITDC dengan alamat situs www.itdc.co.id dan situs web MGPA di www.themandalikagp.com. Dari jadwal pertandingan hingga rincian lengkap tentang acara, informasi yang disediakan di situs web ini. Salah satu fitur menarik yang dihadirkan oleh situs web adalah program bundling pariwisata.

Program bundling ini mencakup festival-festival yang diadakan sebelum dan sesudah rangkaian acara Mandalika, seperti Festival Jajanan Bango dan Festival Musik. Pemerintah Indonesia juga telah merancang strategi branding yang unik untuk mempromosikan paket wisata Mandalika. Salah satu komponen kunci dari kampanye ini adalah penggunaan hashtag #diIndonesiaAja untuk menarik perhatian para wisatawan. Untuk mencapai audiens yang sesuai dengan promosi mereka, ITDC telah menggunakan berbagai platform media sosial, termasuk Facebook Ads, Instagram, dan Iklan Google. Dalam proses ini, ITDC telah fokus pada menarik perhatian audiens yang memiliki minat dalam balap dan liburan di Mandalika seperti Malaysia, Thailand, dan Singapura dipilih karena memiliki kemungkinan tinggi untuk menjadi penonton *event* balap di Mandalika (Adifulloh, 2022).

Selain membuat situs website pemerintah Indonesia juga membuat akun Instagram resmi untuk berbagi informasi mengenai acara dan postingan. Akun Instagram @themandalikap telah berhasil mengumpulkan 222 ribu pengikut dan akun Instagram @itdc_id memiliki 33,9 ribu pengikut. Kedua akun ini menjadi saluran utama untuk berbagi semua hal yang berkaitan dengan *event* di Mandalika. Selain Instagram, akun YouTube @wonderfullIndonesia juga ikut ambil bagian dalam upaya promosi Mandalika.

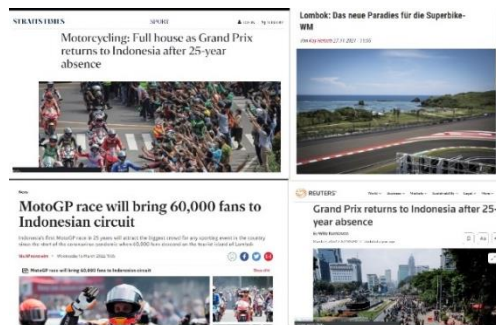
Pemerintah Indonesia juga menciptakan kolaborasi antara Wonderful Indonesia dan tim balap MotoGP 2022, Gresini Racing, sebagai upaya untuk mempromosikan potensi pariwisata Indonesia secara global. Kolaborasi ini menampilkan logo Wonderful Indonesia di ajang MotoGP 2022 pada motor Ducati Desmosedici yang dinaungi oleh Gresini Racing. Wonderful Indonesia adalah brand kampanye promosi pariwisata yang dijalankan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Kesuksesan Wonderful Indonesia terbukti saat meraih penghargaan "Best Creative Destination" dalam Creative Destination Awards 2020, mengalahkan 76 destinasi wisata lainnya (CNN, 2022).



Gambar 6. Logo Wonderfull Indonesia Pada Sayap Motor Ducati

Sumber: CNN (CNN, 2022)

Kembalinya MotoGP dan WSBK ke Indonesia telah menjadi sorotan utama di berbagai media online internasional. Salah satu media asing yang ikut mempublikasikan *event* Mandalika di Indonesia adalah situs foxsports.com.au dari Australia. Mereka menampilkan berita menarik tentang salah satu momen dramatis dalam sesi pertandingan. Dalam artikel berjudul "MotoGP Legend Crashes TWICE, Star Leaps from Flaming Bike." Situs olahraga motor independen terbesar di Inggris, Crash.net, juga memberikan perhatian khusus pada hasil putaran para pembalap MotoGP 2022 di Sirkuit Mandalika. Artikel berjudul "2022 Indonesian MotoGP, Mandalika - Hasil Latihan Bebas" memberikan laporan mendalam tentang performa para pembalap selama latihan bebas, menampilkan komentar dan analisis terperinci.



Gambar 7. Artikel Media Asing dari Berbagai Negara
(Sumber : Collase Website Reuters, Straight Times, Speedweek)

Event olahraga balap Mandalika telah memberikan sorotan besar pada Kawasan Mandalika di Lombok. Tempat yang dulu dikenal sebagai surga bagi para peselancar ombak kini telah berubah menjadi destinasi yang tak kalah menarik, menjadi tuan rumah sirkuit yang mengagumkan tepat di tepi pantai yang indah.

SIMPULAN

Penyelenggaraan *event* olahraga balap di Sirkuit Mandalika merupakan platform yang efektif untuk melaksanakan diplomasi publik Indonesia. Melalui ajang balap motor bergengsi ini, Indonesia berhasil menggambarkan identitas nasional, daya tarik pariwisata, serta potensi ekonomi kepada mata dunia internasional. Upaya diplomasi publik melalui MotoGP dan WSBK di Sirkuit Mandalika dilakukan melalui *advocacy*, *cultural diplomacy*, dan *international broadcasting*. Partisipasi berbagai aktor seperti pemerintah, promotor acara, tim balap, media, dan masyarakat lokal telah membentuk aliansi strategis yang menghasilkan narasi positif tentang Indonesia.

Dalam upaya *advocacy*, Pemerintah menggandeng ITDC dan MGPA dalam berkomunikasi dan mempromosikan berbagai *event* di Kawasan Mandalika kepada publik

internasional. Konferensi pers dan parade menjadi alat penting untuk menyampaikan pesan inti kepada masyarakat. Ini adalah upaya untuk mengundang minat dan perhatian para wisatawan dan penggemar olahraga balap dari seluruh dunia. Upaya *cultural diplomacy* dilakukan dengan pembuatan logo yang mengkomunikasikan pesan inti, desain permanen sirkuit yang memasukkan unsur budaya asli Lombok, khususnya budaya Sasak. Festival dan parade, seperti Festival Bau Nyale, Festival Jajanan Bango, dan Festival Musik, digelar untuk memeriahkan acara dan memperkenalkan budaya Indonesia kepada audiens internasional. Upaya *international broadcasting* melibatkan ITDC dan MGPA dalam menciptakan situs resmi dan akun media sosial yang menyediakan informasi tentang jadwal acara hingga momen-momen unik dalam penyelenggaraan olahraga balap. MotoGP dan WSBK Mandalika juga mendapatkan *exposure* yang luas melalui situs resmi MotoGP dan WSBK serta akun media sosial resmi yang menampilkan video promosi. Beberapa media asing juga turut serta dalam menayangkan dan membuat publikasi mengenai *event*.

Event MotoGP Mandalika bukan hanya tentang perlombaan. Ini adalah tentang memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan citra positif Indonesia, memperkenalkan budaya lokal, dan membangun hubungan positif dengan masyarakat internasional. Dengan menggabungkan aspek balap dengan budaya dan sosial, *event* ini menjadi jembatan yang kuat untuk mempererat hubungan antara Indonesia dan dunia internasional. *Event* olahraga balap Mandalika telah menjadi wadah yang efektif untuk memperkenalkan pesona Indonesia kepada dunia dan memperkuat citra positif negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Suka Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adifullloh, S. (2022). UPAYA DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA PADA PAGELARAN MOTORCYCLE GRAND PRIX (MOTOGP) MANDALIKA TAHUN 2022.
- Aditya, L. (2022, Februari 3). *Profil Sirkuit Mandalika yang Akan Gelar MotoGP 2022*. Retrieved from <https://sport.detik.com/moto-gp/d-5926237/profil-sirkuit-mandalika-yang-akan-gelar-motogp-2022>
- Antara. (2022, Maret 8). *KONFERENSI PERS MOTOGP SERIES MANDALIKA*. Retrieved from <https://www.antarafoto.com/view/1617117/konferensi-pers-motogp-series-mandalika>

- CNN. (2022, Februari 7). *Wonderful Indonesia 'Mejeng' di Motor MotoGP 2022*. Retrieved from https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20220207180359-156-756150/wonderful-indonesia-mejeng-di-motor-motogp-2022?utm_source=facebook&utm_medium=oa&utm_content=cnnindonesia&utm_campaign=cmsocmed
- Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science Vol. 616, Public Diplomacy in a Changing World*, 31-54.
- Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. . *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 31-54.
- Eventori. (2022, Maret 20). *Ramaikan Kemeriahan Moto GP Mandalika Tropica Fest Hadirkan Beragam Musisi*. Retrieved from <https://eventori.id/ramaikan-kemeriahan-moto-gp-mandalika-tropica-fest-hadirkan-beragam-musisi>
- Fajrian, H. (2021, Agustus 16). *Progres Sirkuit Mandalika Sudah 92%, ITDC Klaim Tercepat di Dunia*. Retrieved from <https://katadata.co.id/happyfajrian/berita/6119be3de9d51/progres-sirkuit-mandalika-sudah-92-itdc-klaim-tercepat-di-dunia>
- Hikam, H. A. (2022, Maret 19). *Sudah Lihat Motif Tenun Sasak di Sirkuit Mandalika? Nih Penampakannya*. Retrieved from detikFinance: <https://finance.detik.com/infrastruktur/d-5991203/sudah-lihat-motif-tenun-sasak-di-sirkuit-mandalika-nih-penampakannya>
- Imansyah, N. (2021, 2 10). *Festival Bau Nyale 2021 disiarkan virtual melalui jejaring medsos*. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/1993460/festival-bau-nyale-2021-disiarkan-virtual-melalui-jejaring-medsos>
- Invest Islands. (2021, November 16). *The Mandalika Street Circuit In Lombok: 2021-2022 Season Ready-Set-And-Go*. Retrieved from Invest Islands: <https://invest-islands.com/motogp-lombok-2021-mandalika-circuit-in-indonesia/>
- ITDC. (2019, November 14). *ITDC Perkenalkan MGPA Sebagai Pengelola MotoGP Indonesia 2021*. Retrieved from <https://www.itdc.co.id/press-release/itdc-perkenalkan-mgpa-sebagai-pengelola-motogp-indonesia-2021-20191220071835>
- ITDC. (2019). *Racing to a Sustainable Future*. Jakarta: PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero).

- ITDC. (2019). *Racing to a Sustainable Future*. PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero).
- ITDC. (2021, November 12). *48 TAHUN ITDC, SAMBUT GEMBIRA KEHADIRAN PRESIDEN JOKO WIDODO RESMIKAN SIRKUIT MANDALIKA*. Retrieved from <https://www.itdc.co.id/press-release/48-tahun-itdc-sambut-gembira-kehadiran-presiden-joko-widodo-resmikan-sirkuit-mandalika-20211113105815>
- Kemenparekraf. (2022, 02 21). *Menparekraf Harap "Festival Bau Nyale 2022" Jadi Momentum Kebangkitan dan Kepulihan Ekonomi*. Retrieved from [Kemenparekraf.go.id: https://kemenparekraf.go.id/berita/Siaran-Pers-:-Menparekraf-Harap-%22Festival-Bau-Nyale-2022%22-Jadi-Momentum-Kebangkitan-dan-Kepulihan-Ekonomi](https://kemenparekraf.go.id/berita/Siaran-Pers-:-Menparekraf-Harap-%22Festival-Bau-Nyale-2022%22-Jadi-Momentum-Kebangkitan-dan-Kepulihan-Ekonomi)
- Kominfo. (2020, Januari 20). *Festival Bau Nyale, Pembuka Menuju MotoGP 2021*. Retrieved from <https://www.ntbprov.go.id/post/program-unggulan/festival-bau-nyale-pembuka-menuju-motogp-2021>
- Kompas. (2021, 12 6). *Gelar Konferensi Internasional Mandalika, Kemenparekraf Ajak Semua Pihak Kembangkan Potensi Mandalika*. Retrieved from <https://biz.kompas.com/read/2021/12/06/085408428/gelar-konferensi-internasional-mandalika-kemenparekraf-ajak-semua-pihak>
- Kompas. (2022, 2 9). *5 Fakta Sirkuit Mandalika, Ada Motif Tenun di Lintasannya*. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2022/02/09/200400027/5-fakta-sirkuit-mandalika-ada-motif-tenun-di-lintasannya?page=all>
- Murray, S. (2013). *Moving beyond the Ping-Pong table: sports diplomacy in the modern diplomatic environment*. PD Magazine .
- Nugraha. (2023, Januari 7). *MotoGP becomes soft power for Asia*. Retrieved from <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/2477164/motogp-becomes-soft-power-for-asia>.
- Putra, A. (2020, April 02). *Serupa Tapi Tak Sama, Ini Dia Beberapa Perbedaan MotoGP dan WSBK*. Retrieved from [gridoto.com: https://www.gridoto.com/read/222075015/serupa-tapi-tak-sama-ini-dia-beberapa-perbedaan-motogp-dan-wsbk](https://www.gridoto.com/read/222075015/serupa-tapi-tak-sama-ini-dia-beberapa-perbedaan-motogp-dan-wsbk)
- Ramadhana, V. (2021). *PENYELENGGARAAN PAGELARAN OLAHRAGA BALAP DI SIRKUIT MANDALIKA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NATION BRANDING INDONESIA*. *Jurnal MODERAT*.

- Rizkia, G. F. (2019). DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM PELAKSANAAN ASIAN GAMES 2018 SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PARIWISATA INDONESIA PADA TAHUN 2017-2018.
- Santosa, L. W. (2022, 3 22). *Festival jajanan Mandalika puaskan selera ribuan pencinta kuliner*. Retrieved from <https://sulteng.antaranews.com/berita/242977/festival-jajanan-mandalika-puaskan-selera-ribuan-pencinta-kuliner?>
- Sawaludin. (2022). KERJASAMA INDONESIA TOURISM DEVELOPMENT CORPORATION (ITDC) DENGAN VINCI CONSTRUCTION DALAM PEMBANGUNAN SIRKUIT MOTO GP MANDALIKA.
- Setiawan, A. (2023, Maret 5). *WSBK Mandalika Kental Nuansa Budaya Sasak*. Retrieved from <https://indonesia.go.id/kategori/budaya/6911/wsbk-mandalika-kental-nuansa-budaya-sasak?lang=1>
- Syahza, A. (2021). *Metode Penelitian*. Pekanbaru: UR Press.
- Tempo. (2019, November 23). *MGPA Gelar Kickstart dan Pemesanan Awal Tiket MotoGP Mandalika*. Retrieved from <https://sport.tempo.co/read/1275860/mgpa-gelar-kickstart-dan-pemesanan-awal-tiket-motogp-mandalika>
- Viqi, A. (2023, Maret 1). *Intip Kemeriahan Karnaval Budaya Mandalika Sambut Rider WSBK*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/bali/nusra/d-6595936/intip-kemeriahan-karnaval-budaya-mandalika-sambut-rider-wsbk>
- Wang, J. (2006). Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy*.