

# Saudi Vision 2030: Upaya Nation Branding Arab Saudi via Saudi Pro League 2019-2023

Febrizky Akbar  
Resa Rasyidah

Program Studi Hubungan Internasional  
UPN "Veteran" Jawa Timur

email: [akbarfebrizky@gmail.com](mailto:akbarfebrizky@gmail.com)

## ABSTRACT

Saudi Arabia is heavily reliant on oil for its national income. This dependency led Prime Minister Mohammed bin Salman to launch Saudi Vision 2030 in 2016, aimed at transforming the country's economy. Saudi Vision 2030 is built on three pillars: a vibrant society, a thriving economy, and an ambitious nation. One key area identified to achieve this vision is sports, especially football, which is immensely popular in Saudi Arabia and worldwide. Saudi Arabia has its own local league, the Saudi Pro League. The Saudi government aims to enhance the country's nation branding through the Saudi Pro League, aligning with Saudi Vision 2030. The initiative started in 2019 with the "Our Tactics for Tomorrow" program, designed to develop football in Saudi Arabia. The turning point came in 2022 with the arrival of Cristiano Ronaldo, one of the greatest football players in history, which significantly raised the profile of the Saudi Pro League and attracted other star players. This influx of star players has boosted the fan base both domestically and internationally, indirectly enhancing Saudi Arabia's nation branding, which was previously not well-known for its football.

**Keywords:** Saudi Arabia, Nation Branding, Saudi Vision 2030, Saudi Pro League.

Arab Saudi merupakan negara yang sangat bergantung pada minyak dalam hal pendapatan negaranya. Hal tersebut membuat perdana menteri Arab Saudi, Mohammed bin Salman, mencetuskan gagasan Saudi Vision 2030 yang memiliki tujuan untuk mentransformasi perekonomian dari Kerajaan Arab Saudi pada tahun 2016. Dalam mencapai tujuan tersebut, Saudi Vision 2030 memiliki 3 pilar utama, yaitu vibrant society, thriving economy, dan ambitious nation. Dalam mencapai visi tersebut, salah satu bidang yang bisa diandalkan adalah melalui olahraga, yaitu sepak bola, yang merupakan olahraga terpopuler di Arab Saudi dan juga dunia. Arab Saudi sendiri memiliki liga lokalnya sendiri yang bernama Saudi Pro League. Melalui Saudi Pro League, pemerintah berusaha untuk meningkatkan nation branding Arab Saudi, sesuai dengan Saudi Vision 2030. Usaha pemerintah dalam meningkatkan nation branding Arab Saudi melalui Saudi Pro League dimulai pada tahun 2019, dimana pemerintah Kerajaan Arab Saudi memulai program yang disebut sebagai "Our Tactics for Tomorrow". Program tersebut memiliki tujuan untuk mengembangkan sepak bola di Arab Saudi. Hingga akhirnya pada tahun 2022, kedatangan salah satu pemain sepak bola terbaik dalam sejarah, yaitu Cristiano Ronaldo, seketika membuat nama dari Saudi Pro League meningkat tajam dan membuat pemain-pemain bintang lainnya berdatangan ke liga tersebut. Kedatangan dari pemain-pemain bintang tersebut meningkatkan jumlah penggemar baik dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut secara tidak langsung juga mempengaruhi nation branding dari Arab Saudi itu sendiri, yang sebelumnya tidak dikenal dengan sepak bolanya.

**Kata kunci:** Arab Saudi, Nation Branding, Saudi Vision 2030, Saudi Pro League.

## **Pendahuluan**

Pada tahun 2016, Arab Saudi mengambil langkah dengan menerapkan visi yang ambisius yang dikenal sebagai "Saudi Vision 2030" (Vision 2030, t.thn.). Saudi Vision 2030 merupakan inisiatif pemerintah yang diperkenalkan oleh Kerajaan Arab Saudi untuk mencapai peningkatan dalam diversifikasi ekonomi, aspek sosial, dan budaya, sejalan dengan pandangan Putra Mahkota dan Perdana Menteri Arab Saudi, Mohammed bin Salman (Rashad, 2016). Saudi Vision 2030 merupakan rencana reformasi ekonomi dan transformasi sosial yang bertujuan membuka Arab Saudi ke panggung dunia. Visi ini didasarkan pada tiga pilar utama, yaitu masyarakat yang dinamis, ekonomi yang berkembang, dan negara yang ambisius (Vision 2030, t.thn.). Masyarakat yang dinamis bertujuan menciptakan lingkungan di mana semua warga dapat tumbuh dan mengejar minat mereka. Ekonomi yang berkembang bertujuan menciptakan kondisi ekonomi yang mendukung kesuksesan semua tingkatan bisnis dengan menyediakan lingkungan bisnis yang mendukung. Sementara itu, negara yang ambisius bertujuan menciptakan komitmen terhadap efisiensi dan akuntabilitas di semua tingkatan, termasuk pembangunan pemerintahan yang efektif, transparan, akuntabel, memberdayakan, dan berkinerja tinggi (Vision 2030, t.thn.).

Salah satu sektor yang mendapat perhatian khusus, terutama dalam konteks sepak bola, adalah olahraga. Terdapat perkembangan pesat dalam dunia sepak bola di Arab Saudi, khususnya dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019, Federasi Sepak Bola Arab Saudi (SAFF) menginisiasi program terbaru yang dikenal sebagai "*Our Tactics for Tomorrow*." Program ini bertujuan merevolusi sepak bola di Arab Saudi dengan fokus pada beberapa aspek, seperti pengembangan sepak bola wanita, pemain muda dan penerapan teknologi dalam olahraga ini. Kemudian, pada Juni 2023, *Public Investment Fund* (PIF), sebuah grup investasi yang dimiliki oleh Kerajaan Arab Saudi, berhasil mengakuisisi 75% saham dari empat klub sepak bola terbesar dalam sejarah Arab Saudi, yaitu Al-Ahli, Al-Hilal, Al-Ittihad, dan Al-Nassr. Investasi langsung dalam klub-klub ini, bersama dengan ambisi yang tinggi dari para pemilik, berhasil menarik perhatian beberapa nama besar dalam dunia sepak bola untuk bergabung dalam Saudi Pro League (Pimpale, 2023). Seiring dengan peningkatan citra Saudi Pro League, liga ini berhasil menarik beberapa pemain bintang dunia hingga saat ini, termasuk tetapi tidak terbatas pada Cristiano Ronaldo, Karim Benzema, Neymar, Sadio Mane, N'golo Kante, dan masih banyak lagi (Pimpale, 2023).

Selain itu, kemitraan antara Saudi Pro League dan ROSHN, perusahaan yang dimiliki oleh *Public Investment Fund* (PIF), merupakan bagian dari komitmen ROSHN Group terhadap tujuan Saudi Vision 2030 untuk meningkatkan dan mempercepat pertumbuhan olahraga di Arab Saudi. Dengan sepak bola menjadi salah satu olahraga paling populer di negara ini, ROSHN berusaha menjadi mitra aktif dalam pengembangan salah satu badan olahraga domestik utama Arab Saudi melalui sponsor dan kontribusi terhadap profesionalisme serta keberlanjutan finansial (Construction Week, 2023). Sponsorship ROSHN pada Saudi Pro

League menegaskan komitmennya untuk meningkatkan kualitas hidup di Arab Saudi dengan mempromosikan gaya hidup sehat, sambil pada saat yang bersamaan, mendukung investasi jangka panjang yang memperluas cakrawala berbagai sektor yang menjanjikan dan penting, seperti olahraga. Hal ini sejalan dengan visi dari Saudi Vision 2030, yang mencakup terciptanya masyarakat dinamis, perekonomian yang berkembang, dan negara yang ambisius (Construction Week, 2023). David Grover, ketua eksekutif ROSHN Group, menyampaikan kegembiraannya terkait peran ROSHN sebagai sponsor resmi Saudi Pro League. David Grover, selaku ketua eksekutif dari ROSHN Group menyatakan bahwa ROSHN Group senang untuk tetap menjadi sponsor resmi RSL. Dengan komitmen berkelanjutan mereka yang dipandu oleh *Vision 2030* untuk meningkatkan kualitas hidup seluruh penduduk Kerajaan (Arab Saudi), mereka sangat bangga menjadi bagian dari upaya menjadikan Arab Saudi sebagai tujuan keunggulan olahraga, menginspirasi generasi baru yang menjanjikan untuk bermain dan berpartisipasi dalam olahraga dan menghadirkan yang terbaik dalam olahraga, hiburan, dan budaya untuk negara yang dinamis ini. Kami semua di ROSHN Group berharap dapat menyemangati pahlawan lokal dan menyambut bintang global ke liga nasional nomor satu Arab Saudi (Construction Week, 2023).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Jangkauan penelitian dimulai dari tahun 2019-2023 karena pada tahun 2019 adalah dimana tahun dimulainya program “*Our Tactics for Tomorrow*” yang mempengaruhi perkembangan sepak bola di Arab Saudi dan 2023 adalah tahun dimana *Saudi Pro League* mengalami peningkatan pesat dalam berbagai aspek yang disebabkan oleh kedatangan pemain-pemain bintang dari liga Eropa. Teknik pengumpulan data menggunakan studi literatur. Penelitian ini menggunakan data dari penelitian terdahulu, jurnal, berita, laporan, artikel dan website online. Data tersebut kemudian peneliti analisis menggunakan teknik analisis data kualitatif.

### **Pembahasan**

#### **Diplomasi Publik**

Diplomasi publik adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah terhadap publik internasional dengan tujuan memberikan pemahaman mengenai negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan yang diadopsi oleh negara tersebut (Wang, 2006). Menurut Jan Melissen, diplomasi publik merupakan bagian integral dari suatu proses yang melibatkan berbagai aktor dalam konteks hubungan internasional (Melissen, 2006). Fungsinya adalah mempromosikan kepentingan nasional melalui upaya pemahaman, informasi, dan pengaruh terhadap publik di luar wilayah negara (Hennida, 2008).

Diplomasi publik dapat berperan sebagai alat untuk memperkuat identitas suatu negara, yang dikenal dengan istilah nation branding. Konseptual dan praktikalnya, diplomasi publik

digunakan untuk mengevaluasi, membangun, dan mengelola citra suatu negara dengan penekanan pada simbol-simbol yang mewakili produk dan membantu memperkuat karakteristik khas negara tersebut. Diplomasi publik ini memengaruhi strategi merek, diplomasi publik, hubungan budaya, promosi investasi dan ekspor, sektor pariwisata, serta pertumbuhan ekonomi negara tersebut di masa mendatang (Anholt, *Three interlinking concepts: Intellectual Property, Nation Branding and Economic Development*, 2005). Dalam kasus ini, diplomasi publik yang berbentuk sebagai *nation branding* menjadi sebuah jembatan yang menjadi penyebab meningkatnya popularitas Arab Saudi di dunia melalui *Saudi Pro League*.

### **Nation Branding**

Nation branding dapat diartikan sebagai fenomena di mana pemerintah melakukan berbagai kegiatan dengan tujuan membangun citra suatu bangsa. Saat ini, nation branding memiliki peran yang sangat penting bagi suatu negara karena dapat memengaruhi kredibilitasnya. Keith Dinnie, dalam bukunya "Nation Branding Concepts, Issues, Practice," mendefinisikan nation branding sebagai kombinasi elemen multidimensi yang unik, memberikan diferensiasi dan relevansi berdasarkan budaya kepada semua target audiens (Dinnie, 2008).

Nation branding juga dapat dianggap sebagai cara suatu negara memosisikan dan mempromosikan dirinya agar menjadi tempat yang menarik bagi individu, kelompok, atau negara untuk berkunjung, berinvestasi, dan membangun reputasi positif terkait dengan kualitas produk, jasa, dan keunggulan mereka (Soni, 2019). Sama seperti perusahaan yang belajar untuk menghidupkan merek mereka, negara-negara perlu mempertimbangkan reputasi mereka dengan cermat. Nation branding juga dapat dianggap sebagai visi strategis yang diperkuat dan diperkaya melalui setiap tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu negara di tingkat internasional (Anholt, *Nations-Brands of the twenty-first century*, 1998).

Tujuan dari nation branding adalah meningkatkan citra suatu negara dengan harapan dapat menciptakan investasi, pariwisata, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan ekspor (Rahardjo, 2010). Branding sendiri adalah upaya untuk membuat orang menyadari keberadaan brand (brand awareness) dari suatu produk, dalam hal ini citra suatu bangsa. Brand adalah nama, istilah, simbol, desain, atau gabungan dari elemen-elemen tersebut yang menjadi identitas barang atau jasa dan membedakannya dari pesaing.

Menurut Anholt, sebagian besar negara berkomunikasi dengan seluruh dunia, dengan sengaja atau tidak sengaja menciptakan reputasi mereka melalui enam saluran alami. Elemen-elemen ini diidentifikasi sebagai "Anholt Branding Hexagon," yang terdiri dari *tourism, brands, policy, investment, culture, dan people* (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007). Dalam konteks ini, Arab Saudi mengimplementasikan nation branding-nya dengan menggunakan keenam elemen tersebut dari Anholt Branding Hexagon.

*Tourism* merupakan promosi pariwisata serta pengalaman langsung masyarakat yang mengunjungi negara tersebut, baik sebagai turis atau pelancong bisnis. Hal ini merupakan bagian terpenting dan terbesar dari *nation branding* suatu negara, karena lembaga pariwisata biasanya memiliki anggaran terbesar dan pemasar yang paling kompeten (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007).

*Brands* merupakan merek ekspor yang bertindak sebagai duta kuat dari citra masing-masing negara di luar negeri, namun hanya jika negara asal mereka jelas. Jika tidak ada yang mengetahui dari mana suatu produk berasal, maka hal tersebut tidak dapat mempengaruhi perasaan mereka terhadap negara tersebut, namun apabila asal usulnya jelas dan memiliki ciri khas yang kuat, seperti *Mercedes* buatan Jerman, atau *Sony* buatan Jepang, hal ini dapat memiliki pengaruh yang sama besarnya seperti kampanye pariwisata (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007).

*Policy* merupakan keputusan kebijakan pemerintah suatu negara, baik kebijakan luar negeri yang berdampak langsung pada populasi di luar negeri, ataupun kebijakan dalam negeri yang diberitakan di media internasional (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007). *Investment*, bagi kalangan bisnis, merupakan cara negara tersebut menarik investasi, rekrutmen talenta dan pelajar asing, dan ekspansi ke dalam negeri oleh perusahaan asing (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007).

*Culture* dapat dijelaskan melalui pertukaran budaya dan kegiatan budaya serta ekspor, atau tur dunia oleh tim olahraga, rekaman musisi terkenal, karya penyair dan pengarang, serta pembuat film. Bahkan produk budaya sekecil *Crocodile Dundee* atau *Madagascar* pun bisa berperan dalam membangun reputasi suatu bangsa, baik atau buruk (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007). *People* merupakan masyarakat negara itu sendiri, termasuk para pemimpin negara, bintang media dan olahraga, serta masyarakat pada umumnya; bagaimana mereka berperilaku ketika berada di luar negeri dan bagaimana mereka memperlakukan pengunjung di negaranya (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007).

Melalui enam elemen dari *Anholt Branding Hexagram*, yaitu: *tourism*, *brands*, *policy*, *investment*, *culture* dan *people*. *Tourism* yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana *Saudi Pro League* menjadi ikon pariwisata baru Arab Saudi untuk menarik lebih banyak wisatawan baik lokal maupun luar negeri. *Brands* yang dimaksud adalah hak siar *Saudi Pro League* sebagai duta untuk memperkuat citra Arab Saudi. *Policy* dalam penelitian ini akan membahas bagaimana terjadinya perubahan kebijakan dalam *Saudi Pro League* yang bertujuan untuk mengembangkan *nation branding* Arab Saudi. *Investment* dalam penelitian ini akan membahas bagaimana *Saudi Pro League* menjalin kerjasama dengan pihak-pihak tertentu yang menguntungkan dan sekaligus meningkatkan citra dari *Saudi Pro League* dan Arab Saudi itu sendiri. *Culture* dalam penelitian ini akan membahas bagaimana terjadinya pertukaran budaya melalui pertandingan sepak bola antara klub dari *Saudi Pro League* melawan klub dari negara lain yang bertujuan untuk meningkatkan citra dari *Saudi*

*Pro League* dan Arab Saudi. *People* yang dibahas dalam penelitian ini berfokus kepada para bintang sepak bola dari Eropa yang bermain di *Saudi Pro League* yang membuat liga tersebut sekarang jauh lebih terkenal dan berkembang.

### **Peningkatan Pariwisata melalui Saudi Pro League**

*Tourism*, atau yang sering disebut sebagai pariwisata, merupakan salah satu aspek terpenting dalam *nation branding*. Ini melibatkan promosi pariwisata dan pengalaman langsung masyarakat yang mengunjungi negara tersebut, baik sebagai turis maupun pelancong bisnis. *Tourism* menjadi bagian terbesar dan terpenting dari *nation branding* suatu negara, karena lembaga pariwisata biasanya memiliki anggaran terbesar dan pemasar yang paling kompeten (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007).

Sejak dicanangkan pada tahun 2016, Saudi Vision 2030 oleh Putra Mahkota dan Perdana Menteri Arab Saudi, Mohammed bin Salman, Arab Saudi telah mengambil berbagai langkah untuk meningkatkan sektor pariwisata mereka. Salah satu upaya tersebut melibatkan sepak bola, olahraga yang sangat populer di Arab Saudi dan di seluruh dunia. Perkembangan signifikan dalam sepak bola diharapkan berdampak positif pada berbagai aspek di Arab Saudi, terutama peningkatan pariwisata domestik. Pemerintah Arab Saudi telah secara aktif mendukung pertumbuhan pariwisata di negara tersebut melalui Saudi Pro League. Liga ini telah mengalami transformasi dari yang sebelumnya kurang dikenal menjadi entitas yang diakui secara global, sejalan dengan visi Saudi Vision 2030 untuk mendiversifikasi perekonomian dan meningkatkan sektor pariwisata (Barzani, 2023). Langkah-langkah ini mencakup peluncuran Asfar oleh Public Investment Fund (PIF) Arab Saudi, perusahaan yang dirancang untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata di negara tersebut (Anstey, 2023).

PIF juga mengakuisisi 75% saham dari beberapa klub ternama di Saudi Pro League, seperti Al Ahli, Al Hilal, Al Ittihad, dan Al Nassr. Keempat klub ini mendapatkan pendanaan lebih besar, memungkinkan mereka mendatangkan pemain-pemain bintang dunia seperti Cristiano Ronaldo, Karim Benzema, Neymar, Sadio Mane, N'golo Kante, Roberto Firmino, dan banyak lainnya (Pimpale, 2023). Kedatangan pemain-pemain bintang ini tidak hanya meningkatkan profil Saudi Pro League tetapi juga menarik jutaan penggemar baru, berpotensi meningkatkan pariwisata ketika para penggemar tersebut melakukan perjalanan untuk menyaksikan pertandingan para pemain tersebut (Barzani, 2023).

Pemerintah Arab Saudi memiliki visi untuk meningkatkan pendapatan pariwisata dari 3% PDB pada tahun 2019 menjadi 10% pada tahun 2030 sesuai dengan target Saudi Vision 2030. Kehadiran pemain-pemain bintang di *Saudi Pro League* diperkirakan dapat membantu mencapai tujuan ini (AFR, 2023). Meskipun ada pandangan bahwa strategi liga untuk membeli pemain bintang yang sudah berumur mungkin tidak dapat dipertahankan dalam jangka panjang, kehadiran mereka telah memberikan dampak positif pada pariwisata

di Arab Saudi (Britton, 2023). Investasi besar-besaran pemerintah pada liga dan industri olahraga merupakan bagian dari upaya rebranding untuk meningkatkan citra internasional negara tersebut dan menarik lebih banyak pengunjung. Ambisi Saudi Pro League untuk menarik investasi dan penggemar sejalan dengan visi pemerintah untuk menyambut 100 juta pengunjung per tahun pada tahun 2030. Ini mencerminkan upaya negara tersebut untuk mengubah persepsi internasional dan mengembangkan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat (AFR, 2023). Oleh karena itu, keberhasilan pariwisata di Arab Saudi yang dipengaruhi oleh Saudi Pro League sangat terkait dengan strategi nation branding dan upaya Arab Saudi untuk meningkatkan citranya di dunia internasional.

### **Memperkuat Merek melalui Saudi Pro League**

*Brands*, atau merek ekspor, berfungsi sebagai duta kuat yang mewakili citra dari masing-masing negara di tingkat internasional. Namun, keefektifan mereka tergantung pada sejauh mana negara asalnya dapat diidentifikasi dengan jelas. Jika asal suatu produk tidak diketahui oleh konsumen, maka dampaknya terhadap persepsi terhadap negara tersebut akan minim. Sebaliknya, jika asal produk tersebut jelas dan memiliki ciri khas yang kuat, seperti Mercedes dari Jerman atau Sony dari Jepang, merek tersebut dapat memiliki pengaruh yang sebanding dengan upaya kampanye pariwisata (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007).

Pemerintah Arab Saudi telah berhasil memperluas dampak global dari *Saudi Pro League* melalui ekspor mereknya dengan menjalin kesepakatan siaran yang luas. Kesepakatan ini, yang diperoleh oleh IMG, mencakup lebih dari 130 negara dan wilayah, memungkinkan pertandingan sepak bola *Saudi Pro League* musim 2023/24 disiarkan langsung ke pasar-pasar utama di seluruh dunia. Kemitraan ini menjadi semakin signifikan karena minat terhadap liga ini terus meningkat di kalangan penggemar sepak bola global. Negosiasi kesepakatan oleh IMG termasuk perjanjian eksklusif untuk mengelola distribusi hak siar internasional selama dua musim ke depan. DAZN, sebagai mitra kunci, menyiarkan pertandingan di berbagai wilayah seperti Austria, Belgia, Kanada, Jerman, dan Inggris. Kesepakatan juga melibatkan lembaga penyiaran terkemuka di Eropa, seperti Canal+ di Prancis, Sport TV di Portugal, Marca.com di Spanyol, La 7 di Italia, dan Cosmote di Yunani, yang mana membawa SPL lebih dekat ke penggemar di pasar Eropa. Penonton dapat menikmati akses eksklusif ke pertandingan tertentu dari 34 putaran pertandingan, dengan tiga pertandingan utama per minggu pada musim 2023/24. Selain itu, wilayah MENA, seperti Chad, Djibouti, Mauritania, Somalia, dan Sudan, dapat menyaksikan pertandingan melalui saluran reguler mereka, yang dapat diakses melalui satelit Arabsat. Hak TV linier dan hak digital dijaga oleh SSC melalui Shahid, memastikan kelancaran penonton di wilayah ini. Mulai musim 2023/24, IMG memproduksi siaran langsung dunia dengan grafik dan komentar bahasa Inggris. Tim digital IMG Seven League juga mengelola saluran sosial dan konten digital liga, memberikan pengalaman yang menyeluruh kepada penggemar. Selain itu, paket berita dengan sorotan aksi disajikan oleh SNTV, perusahaan patungan antara The Associated Press dan IMG, yang disampaikan kepada lebih dari 400 organisasi media di seluruh dunia melalui platform penyiaran, digital, dan sosial. Pertandingan, dimulai dari

akhir pekan 11-14 Agustus, dapat diakses melalui jaringan TV mitra, layanan streaming online, platform OTT, serta aplikasi Android dan iOS (IMG, 2023).

Menurut data dari SportBusiness Media Rights Tracker, kesepakatan internasional liga pada musim lalu berhasil menghasilkan pendapatan sekitar \$710,000. Meskipun diperkirakan bahwa pendapatan dari perjanjian tahun ini akan lebih tinggi, angka tersebut tetap jauh lebih kecil dibandingkan dengan pengeluaran besar yang telah diinvestasikan oleh kerajaan dalam beberapa bulan terakhir, termasuk pengeluaran sebesar lebih dari \$200 juta hanya untuk akuisisi Ronaldo. Sebagai perbandingan, Liga Premier di Inggris diperkirakan akan menghasilkan pendapatan lebih dari \$4 miliar dari hak siar pada musim 2022/23, menurut laporan dari Deloitte. Meskipun begitu, kesepakatan musim ini untuk *Saudi Pro League* mencakup perjanjian dengan Fox Sports, yang akan menyiarkan pertandingan melalui saluran kabelnya di Amerika Serikat, menurut sumber yang dikutip. Distribusi melalui televisi arus utama dan platform streaming menjadi sangat penting bagi liga Saudi, terutama setelah kesulitan yang dihadapi oleh LIV Golf dalam distribusi siaran. Selain itu, liga juga berhasil menjalin kesepakatan dengan penyedia layanan streaming olahraga DAZN untuk menyiarkan pertandingan di berbagai wilayah. Kesepakatan ini dilaporkan bernilai sekitar \$500.000 per tahun, menurut laporan dari Bloomberg News. Kesepakatan ini tidak hanya meningkatkan jangkauan global liga tetapi juga memberikan nilai tambah finansial yang signifikan, yang diharapkan dapat memberikan dukungan keuangan yang lebih besar bagi pertumbuhan dan pengembangan *Saudi Pro League*.

### **Kebijakan yang Beriringan dengan Saudi Pro League**

Policy, atau kebijakan, merujuk pada keputusan pemerintah suatu negara, termasuk kebijakan luar negeri yang dapat berdampak pada populasi di luar negeri dan kebijakan dalam negeri yang diberitakan di media internasional (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007). Dalam konteks Saudi Pro League, pemerintah Arab Saudi telah menerapkan sejumlah kebijakan untuk mengubah dan meningkatkan status liga tersebut di tingkat global, sejalan dengan visi Saudi Vision 2030 yang bertujuan untuk mendiversifikasi perekonomian dan meningkatkan pariwisata (Barzani, 2023). Salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah Arab Saudi untuk mengembangkan persepakbolaan di Arab Saudi adalah melalui kebijakan yang disebut “*Our Tactics for Tomorrow*” yang dikeluarkan pada tahun 2019. Kebijakan tersebut mengacu pada beberapa proyek sepak bola nasional paling sukses di dunia untuk mendapatkan inspirasi dan menyajikan visi yang jelas untuk masa depan sepak bola negara yang memanfaatkan bakat, energi, dan dorongan dari generasi muda Arab Saudi (Arab News, *Saudi Arabia shooting for top 20 FIFA rank by World Cup 2034*, 2021). Kebijakan tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan koordinasi antara pemangku kepentingan utama ekosistem sepak bola Arab Saudi, seperti Kementerian Olahraga, akademi sepak bola dan klub-klub, dengan tujuan untuk menghasilkan generasi sepak bola Arab Saudi terbaik yang pernah ada.

Kebijakan tersebut memiliki fokus pada 7 pilar penting yang menjadi pondasi untuk perkembangan sepakbola di Arab Saudi, diantaranya adalah: pengembangan pemain muda, kompetisi, sepak bola wanita, teknologi, tenaga kerja, dan keunggulan dan tata kelola global. Pengembangan pemain muda dalam kebijakan tersebut dilakukan melalui beberapa hal, salah satunya adalah dengan perubahan regulasi umur pemain muda di *Saudi Pro League*, yang awalnya minimal harus berumur 18 tahun menjadi 16 tahun pada musim 2023-2024. Perubahan kebijakan lainnya ada pada regulasi pemain, yang awalnya 35 pemain keseluruhan, menjadi 25 pemain senior dan 10 pemain muda di bawah 21 tahun, dimulai pada musim 2025-2026. Strategi baru tersebut akan memberikan jalur yang kuat dan jelas bagi para pemain muda Arab Saudi dan membantu menjembatani kemajuan dari tim sepak bola junior dalam sistem pengembangan pemain federasi saat ini ke tingkat teratas liga sepak bola negara tersebut (Arab News, Saudi Pro League announces new strategy, appoints Michael Emenalo as director of football, 2023).

Selain pengembangan pemain muda, kebijakan tersebut juga berfokus pada pengembangan sepak bola wanita di Arab Saudi. Presiden Federasi Sepak Bola Arab Saudi, Yasser bin Hassan Al-Misehal berpendapat bahwa mereka memiliki banyak tujuan ambisius di tahun-tahun mendatang untuk mempromosikan sepak bola wanita melalui peluncuran edisi pertama liga untuk tim-tim, yang pemainnya akan membentuk tim nasional wanita pertama (Alhamawi, 2021). Selain pengembangan muda dan pengembangan sepak bola wanita, hal terpenting dari kebijakan tersebut ada pada pengembangan kompetisi, yaitu *Saudi Pro League* itu sendiri. Pengembangan dari *Saudi Pro League* sendiri dimulai dari kebijakan pengakuisisian 75% saham dari klub Al Nassr, Al Hilal, Al Ittihad, dan Al Ahli. Oleh karena pengakuisisian tersebut, memberikan klub-klub tersebut dorongan finansial yang pada akhirnya membuat klub-klub tersebut bisa mendatangkan pemain-pemain bintang dari Eropa dan meningkatkan standar sekaligus citra dari *Saudi Pro League* dan Arab Saudi itu sendiri.

### **Investasi dalam Saudi Pro League**

*Investment*, dalam konteks bisnis, mencakup cara di mana suatu negara menarik investasi, merekrut talenta dan mahasiswa asing, serta mendukung ekspansi perusahaan asing di dalam negeri (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007). Pemerintah Arab Saudi telah melakukan investasi besar pada perusahaan olahraga asing sebagai bagian dari rencana diversifikasi ekonomi negara, dengan tujuan meningkatkan investasi asing, menciptakan lapangan kerja, mendorong pariwisata, dan meningkatkan kesehatan di negara tersebut (Berman, 2023). Selain itu, upaya pemerintah untuk menarik investor luar termasuk kesepakatan penyiaran baru dan kemitraan dengan perusahaan ekuitas swasta (Hellier, 2023).

Pemerintah Arab Saudi tidak hanya melibatkan diri dalam investasi besar pada perusahaan olahraga asing, tetapi juga menerapkan strategi yang lebih luas untuk mendiversifikasi perekonomian negara di luar sektor minyak. Langkah-langkah ini diarahkan untuk meningkatkan investasi asing, menciptakan lapangan kerja di dalam negeri, merangsang

sektor pariwisata, dan menggalakkan gaya hidup sehat di seluruh negara (Berman, 2023). Dalam konteks ini, pemerintah Arab Saudi juga berhasil menarik perhatian investor luar dengan menginisiasi langkah-langkah seperti kesepakatan penyiaran baru dan kemitraan strategis dengan perusahaan ekuitas swasta dalam mendukung kompetisi sepak bola (Hellier, 2023). Tindakan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing tim di lapangan, tetapi juga berfungsi sebagai langkah strategis untuk menarik perhatian pemain dan pelatih berpengalaman, sehingga berkontribusi pada pengembangan bakat muda di dunia sepak bola Saudi (Woodyatt, Shveda, & Cubero, 2023).

Selain itu, pengakuisisian 75% saham dari beberapa klub terkemuka dalam *Saudi Pro League* oleh *Public Investment Fund* (PIF) pada tahun 2023 menandai langkah besar dalam mengangkat standar dan daya saing liga. Klub-klub besar *Saudi Pro League* seperti Al Ahli, Al Hilal, Al Ittihad, dan Al Nassr, yang telah memainkan peran kunci dalam sejarah *Saudi Pro League*, kini mendapatkan dukungan keuangan yang signifikan dari PIF. (Pimpale, 2023). Langkah ini bertujuan tidak hanya meningkatkan daya saing tim-tim tersebut tetapi juga membawa dorongan finansial yang signifikan, membuka jalan untuk inovasi dan pengembangan di dalam dunia sepak bola Saudi. Dalam konteks ini, privatisasi klub-klub tersebut dianggap sebagai strategi untuk menarik perhatian talenta sepak bola berkelas dunia. Dengan keterlibatan PIF, klub-klub ini memiliki sumber daya dan dukungan keuangan yang lebih besar untuk mengejar pemain-pemain bintang internasional, menciptakan magnet bagi bakat-bakat muda lokal, dan merangsang pertumbuhan sepak bola di Arab Saudi (Abueish, 2023).

Dengan pendanaan yang lebih besar dari PIF, klub-klub tersebut menjadi mampu mengejar pemain-pemain kelas dunia untuk memperkuat skuad mereka. Akuisisi ini membuka pintu bagi transfer pemain ternama seperti Cristiano Ronaldo, Karim Benzema, Neymar, Sadio Mane, N'golo Kante, Roberto Firmino, dan banyak pemain bintang lainnya. Kehadiran pemain-pemain berkualitas ini tidak hanya memberikan dampak positif terhadap performa dan daya saing klub, tetapi juga menambah daya tarik liga secara keseluruhan (Pimpale, 2023). Upaya ini sejalan dengan upaya lebih luas untuk menciptakan iklim olahraga yang berdaya tarik dan kompetitif, yang diharapkan akan mendorong partisipasi masyarakat dalam sepak bola. Lebih jauh lagi, pengambilalihan ini juga diarahkan untuk membentuk juara masa depan. Dengan dukungan penuh PIF, klub-klub ini dapat mengembangkan akademi sepak bola yang unggul, memberikan pelatihan berkualitas tinggi, dan menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan atlet muda (Abueish, 2023). Langkah ini diharapkan akan membawa hasil jangka panjang dengan menciptakan regenerasi pemain yang kuat dan berpotensi membawa *Saudi Pro League* ke puncak kesuksesan internasional. Selain dampaknya pada dunia olahraga, langkah-langkah ini juga diarahkan untuk menggerakkan komersialisasi *Saudi Pro League*. Dengan keterlibatan sektor swasta melalui PIF, diharapkan bahwa klub-klub akan mampu menjalin kemitraan baru, menarik sponsor, dan meningkatkan daya tarik bagi penyiaran internasional (Abueish, 2023). Dengan demikian, *Saudi Pro League* dapat menjadi destinasi utama bagi pemain, penonton, dan mitra bisnis, membawa dampak positif secara ekonomi dan prestisius bagi Arab Saudi secara keseluruhan.

### **Pertukaran Budaya dalam Saudi Pro League**

Elemen budaya (culture) memainkan peran penting dalam nation branding, dan pertukaran budaya melalui kegiatan olahraga, seni, dan hiburan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap citra nasional suatu negara. Dalam konteks Saudi Pro League, kehadiran bintang-bintang sepak bola internasional seperti Cristiano Ronaldo, Karim Benzema, Neymar, dan pemain lainnya membawa aspek budaya yang kuat. Pertukaran budaya terjadi melalui partisipasi pemain internasional dalam liga tersebut, yang menarik perhatian internasional dan memberikan profil liga tersebut pertumbuhan yang signifikan.

Keikutsertaan para bintang sepak bola ini tidak hanya menciptakan atmosfer kompetisi yang lebih ketat di dalam liga, tetapi juga menjadi sarana efektif untuk pertukaran budaya. Mereka membawa gaya permainan, keahlian, dan pengalaman mereka ke Saudi Pro League, yang secara langsung memengaruhi perkembangan dan standar sepak bola di negara tersebut. Selain itu, kehadiran para pemain ini juga membuka peluang untuk pertukaran pengetahuan dan keterampilan antara pemain lokal dan internasional, menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan bakat sepak bola secara holistik. Dengan demikian, pertukaran budaya dalam konteks sepak bola tidak hanya mencakup unsur permainan itu sendiri, tetapi juga melibatkan faktor-faktor luar lapangan seperti popularitas pemain, gaya hidup, dan citra yang mereka bawa bersama. Inilah yang membuat *Saudi Pro League* menjadi platform yang semakin menarik dan dinamis, memainkan peran penting dalam membangun citra positif dan daya tarik budaya Arab Saudi di dunia internasional.

Keikutsertaan mega bintang sepak bola seperti Cristiano Ronaldo dalam merayakan hari nasional Arab Saudi menjadi momen bersejarah yang signifikan dalam memperkuat citra positif negara tersebut di mata dunia. Lebih dari sekadar menghadiri acara, tindakan Ronaldo mengenakan pakaian tradisional Arab Saudi menyiratkan penghormatan dan keterlibatan yang mendalam dengan budaya setempat. Hal ini tidak hanya menciptakan hubungan emosional antara pemain dan negara, tetapi juga menjadi simbol pertukaran budaya yang kaya dan saling menghargai. Pemain tidak hanya menjadi atlet internasional, tetapi juga duta budaya yang memperkuat ikatan antara dunia sepak bola global dan keragaman kultural Arab Saudi. Penggunaan pakaian tradisional oleh para pemain sepak bola menggambarkan elemen cultural yang mewakili pertukaran budaya yang saling menguntungkan. Ini menciptakan narasi positif tentang kolaborasi antara para pemain terkenal dan masyarakat Arab Saudi. Dengan demikian, momen seperti ini dapat menjadi katalisator untuk memperluas pemahaman global tentang kekayaan budaya negara tersebut dan memperkuat ikatan positif antara komunitas sepak bola internasional dan Arab Saudi.

### **Orang-Orang dalam Saudi Pro League**

Elemen "People" atau peran individu, terutama pemimpin dan tokoh kunci, memegang peran penting dalam membentuk citra suatu negara (Anholt, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, 2007). Dalam konteks Saudi Pro League

dan upaya nation branding Arab Saudi, beberapa individu telah memainkan peran kunci dalam pengembangan dan peningkatan liga tersebut.

Salah satu tokoh yang menjadi representasi dalam strategi *nation branding* Arab Saudi melalui *Saudi Pro League* adalah Mohammed bin Salman, sang putra mahkota dan perdana menteri Arab Saudi, memegang peran sentral dalam mengarahkan transformasi di berbagai sektor negara, termasuk dunia olahraga melalui pembenahan *Saudi Pro League*. Dalam beberapa tahun terakhir, kepemimpinan aktifnya telah menciptakan dorongan besar untuk meningkatkan prestasi sepak bola di tingkat nasional, dengan fokus khusus pada akuisisi pemain kelas dunia. Upaya ini bertujuan menjadikan *Saudi Pro League* sebagai salah satu liga sepak bola terbaik di dunia, mengukuhkan posisi Arab Saudi dalam kancah olahraga global (Westwood, 2023). Tak hanya terbatas pada dunia olahraga, Mohammed bin Salman juga dikenal sebagai perancang utama *Saudi Vision 2030*, suatu inisiatif ambisius yang bertujuan mengubah ekonomi Arab Saudi yang sebelumnya sangat tergantung pada sektor minyak. Pengumuman konsep ini dilakukan pada tanggal 25 April 2016, yang diprakarsai langsung oleh pemerintah Arab Saudi, menandai komitmen serius untuk merancang masa depan yang lebih beragam dan berkelanjutan. Melalui *Saudi Vision 2030*, Mohammed bin Salman memimpin perubahan yang melibatkan diversifikasi ekonomi, inovasi, dan pengembangan infrastruktur, menjadikan Arab Saudi sebagai kekuatan ekonomi yang dinamis dan adaptif di panggung global (Rashad, 2016). Dengan peran ganda sebagai arsitek perubahan dalam sepak bola dan pendorong utama di balik transformasi ekonomi, Mohammed bin Salman menjadi ikon dalam membentuk masa depan dinamis dan berdaya saing bagi Kerajaan Arab Saudi.

Selain itu, pemain bintang seperti Cristiano Ronaldo, Neymar, Karim Benzema, N'golo Kante, Roberto Firmino, dan lainnya memainkan peran penting dalam transformasi Saudi Pro League. Kedatangan mereka secara signifikan mengubah wajah liga ini, membuatnya menjadi salah satu yang memiliki pembelanjaan terbesar di dunia sepak bola, dengan pengeluaran mencapai rekor 957 juta dolar selama jendela transfer tahun 2023. Tujuan ambisius liga ini adalah untuk masuk ke dalam peringkat sepuluh teratas liga sepak bola dunia (World Football Summit, 2023). Investasi liga dalam infrastruktur, bakat, dan kesepakatan siaran internasional menjadi kunci keberhasilan, membawa peningkatan signifikan dalam pendapatan sponsorship dan keterlibatan penggemar global (World Football Summit, 2023).

### **Kesimpulan**

Diplomasi publik merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk memberikan pemahaman mengenai negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan yang diadopsi. Fungsinya adalah mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, informasi, dan pengaruh terhadap publik di luar wilayah negara. Diplomasi publik berperan sebagai alat untuk memperkuat identitas suatu negara, yang dikenal sebagai nation branding. Nation branding sendiri merupakan fenomena di mana pemerintah melakukan berbagai kegiatan dengan tujuan membangun citra suatu bangsa.

Oleh karena itu, diplomasi publik yang berbentuk sebagai *nation branding* menjadi sebuah jembatan yang menjadi penyebab meningkatnya popularitas Arab Saudi di dunia melalui *Saudi Pro League*.

Tujuan dari *nation branding* adalah meningkatkan citra suatu negara dengan harapan menciptakan investasi, pariwisata, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan ekspor. *Nation branding* melibatkan enam saluran alami yang diidentifikasi sebagai "*Anholt Branding Hexagon*," yang mencakup *tourism, brands, policy, investment, culture, dan people*. Dalam konteks ini, Arab Saudi mengimplementasikan *nation branding*-nya dengan menggunakan keenam elemen tersebut. Arab Saudi telah mengambil langkah signifikan dalam meningkatkan sektor pariwisata melalui pengembangan *Saudi Pro League*, termasuk mengadakan pertandingan persahabatan dengan klub besar dunia dan promosi pariwisata. Pemerintah memiliki visi untuk meningkatkan pendapatan pariwisata dan mengubah persepsi internasional terhadap negara tersebut.

Brands ekspor berperan penting dalam *nation branding*. Merek yang dikenal dapat mempromosikan citra positif negara asalnya. Arab Saudi menjalin kerjasama siaran dengan IMG yang mencakup lebih dari 130 negara dan wilayah mulai musim 23/24 untuk meningkatkan *nation branding*. Dalam hal kebijakan, pemerintah mendukung visi Saudi Vision 2030 dengan mengakuisisi klub dan menerapkan kebijakan "*Our Tactics for Tomorrow*". Tujuannya adalah meningkatkan kualitas liga, menarik talenta internasional, dan memposisikan *Saudi Pro League* sebagai salah satu yang terbaik di dunia.

Investasi mencakup upaya menarik investasi, merekrut talenta asing, dan mendukung ekspansi perusahaan asing. Pemerintah mengakuisisi empat klub *Saudi Pro League* melalui PIF untuk meningkatkan minat global terhadap liga dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Dalam budaya, pertukaran terjadi melalui partisipasi pemain internasional, perayaan hari kemerdekaan dengan pakaian tradisional, dan integrasi budaya dalam sepak bola. Upaya ini membangun jembatan antara negara dan komunitas internasional, memperkaya pemahaman antarbudaya, dan meningkatkan persepsi positif terhadap Arab Saudi.

Peran individu, terutama pemimpin dan tokoh kunci seperti Mohammed bin Salman dan pemain bintang di *Saudi Pro League*, sangat penting dalam *nation branding*. Keberhasilan ini bergantung pada kolaborasi berbagai elemen dan pemangku kepentingan yang bekerja bersama menuju visi bersama. Keenam elemen tersebut dikembangkan melalui *Saudi Pro League* yang akhirnya menghasilkan kenaikan dari *nation branding* Arab Saudi itu sendiri, sehingga Arab Saudi dapat lebih dikenal di seluruh dunia.

### Daftar Pustaka

- AFR. (2023). *Why Saudi Arabia is spending a fortune on luring big sporting names*. Retrieved from AFR: <https://www.afr.com/companies/sport/why-saudi-arabia-is-spending-a-fortune-on-sport-20230811-p5dvqm>
- Anholt, S. (1998). Nations-Brands of the twenty-first century. *Journal of Brand Management*, Vol. 5: No. 6, Page 395-406.
- Anholt, S. (2005). Three interlinking concepts: Intellectual Property, Nation Branding and Economic Development. *WIPO International Seminar on Intellectual Property and Development*. Geneva.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave.
- Anstey, T. (2023). *Saudi Arabia's PIF announces launch of Saudi Tourism Investment Company*. Retrieved from Planet Attractions: <https://www.planetattractions.com/news/Saudi-Arabia%E2%80%99s-PIF-announces-launch-of-Saudi-Tourism-Investment-Company/2638>
- Arab News. (2022). *ROSHN secures naming rights to Saudi Pro League*. Retrieved from Arab News: <https://www.arabnews.com/node/2148991/sport>
- Arab News. (2023). *New era for Roshn Saudi League with more fans and more goals resulting in growth, engagement and entertainment worldwide*. Retrieved from Arab News: <https://www.arabnews.com/node/2377556/sport>
- Arab News. (2023). *SPL quality this season 'vindication' of transfer policy: Saudi league's director of football*. Retrieved from Arab News: <https://www.arabnews.com/node/2409886/saudi-football>
- Barbero, M. (2023). *The Gulf Is Playing Hardball With European Soccer*. Retrieved from FP: <https://foreignpolicy.com/2023/09/02/gulf-football-saudi-arabia-emirates-qatar-politics-soccer/>
- Barzani, H. (2023). *How the Saudi Pro League transformed from being unknown to inescapable*. Retrieved from Atlantic Council: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/menasource/how-the-saudi-pro-league-transformed-from-being-unknown-to-inescapable/>
- Berman, N. (2023). *Saudi Arabia's Investments Raise Questions of 'Sportswashing'*. Retrieved from Council on Foreign Relations: <https://www.cfr.org/in-brief/saudi-arabias-investments-raise-questions-sportswashing>
- Britton, T. (2023). *The Ghost of Football Past: why the Saudi Pro League will fail*. Retrieved from The Oxford Blue: <https://theoxfordblue.co.uk/the-ghost-of-football-past-why-the-saudi-pro-league-will-fail/?amp=1>
- Carroll, R. (2023). *MLS commissioner Garber welcomes growth of Saudi Pro League*. Retrieved from Reuters: <https://www.reuters.com/sports/soccer/mls-commissioner-garber-welcomes-growth-saudi-pro-league-2023-07-18/>
- Construction Week. (2023). *Saudi Pro League 2023: ROSHN champions Vision 2030 with strategic RSL sponsorship*. Retrieved from Construction Week: <https://www.constructionweekonline.com/news/saudi-pro-league-2023-roshn-champions-vision-2030-with-strategic-rsl-sponsorship>

- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Elsevier.
- Dunbar, G. (2023). *Saudi Arabian soccer league to get more state funding from policy backed by crown prince MBS*. Retrieved from AP: <https://apnews.com/article/soccer-saudi-arabia-ronaldo-benzema-messi-b9b248c3583bff69c9a2206d67caa95c>
- Hellier, D. (2023). *Saudi Football League Open to Foreign Private Equity Deals*. Retrieved from Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-07-05/saudi-football-league-open-to-foreign-private-equity-deals>
- Hennida, C. (2008). Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri. *Journal Unair*.
- IMG. (2023). *Saudi Pro League secures major international broadcast deals*. Retrieved from IMG: <https://www.img.com/sports/our-news/saudi-pro-league-secures-major-international-broadcast-deals-in-130-territories-taking-roshn-saudi-league-to-football-fans-around-the-world>
- Jones, R. (2022). *Saudi Pro League renamed in US\$127.5m Roshn title sponsorship deal*. Retrieved from SP: <https://www.sportspromedia.com/news/saudi-pro-league-roshn-title-sponsorship/>
- Klotz, A., & Prakash, D. (2008). *Qualitative Methods in International Relations : A Pluralist Guide*. Palgrave: Macmillan.
- Kunti, S. (2023). *Saudi Soccer Bonanza: Public Investment Fund Backs Four Domestic Clubs To Grow Game And Influence*. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/samindrakunti/2023/06/06/saudi-soccer-bonanza-public-investment-fund-backs-four-domestic-clubs-to-grow-game-and-influence/?sh=34bb92d634f4>
- Lamont, C. (2015). *Research Methods in International Relations*. London: SAGE.
- Melissen, J. (2006). Public Diplomacy Between Theory and Practice. In J. Noya, *The Present and Future of Public Diplomacy: A European Perspective*. California: Rand Corporation.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Neuman, W. L. (2017). *Understanding Research*. New York: Pearson.
- Ogden, M. (2023). *Saudi Pro League spending to focus on 'highest quality' players*. Retrieved from ESPN: [https://www.espn.com/soccer/story/\\_/id/38910713/saudi-pro-league-spending-focus-highest-quality-players-cristiano-ronaldo](https://www.espn.com/soccer/story/_/id/38910713/saudi-pro-league-spending-focus-highest-quality-players-cristiano-ronaldo)
- Oware, J., Lewis, D., & Nabbi, Z. (2023). *Saudi Pro League is 'disrupting the industry, but we are disrupting to enhance,' says SPL Director of Football*. Retrieved from CNN: <https://edition.cnn.com/2023/08/10/sport/saudi-pro-league-michael-emenalo-intl-spt/index.html>
- PIF. (n.d.). *About PIF*. Retrieved from PIF: <https://www.pif.gov.sa/en/Pages/AboutPIF.aspx>
- Pimpale, A. (2023). *EXPLAINED | Why Saudi Pro League will be new centre of attraction in world football*. Retrieved from WION: <https://www.wionews.com/sports/explained-why-saudi-pro-league-will-be-new-center-of-attraction-in-world-football-624092>
- PR Newswire. (2022). *Saudi Pro League to be renamed ROSHN Saudi League under new sponsorship deal*. Retrieved from PR Newswire:

- <https://www.prnewswire.com/news-releases/saudi-pro-league-to-be-renamed-roshn-saudi-league-under-new-sponsorship-deal-301612413.html>
- Proctor, R. A. (2023). *The impact of entertainment ventures on Saudi Arabia's economy*. Retrieved from Arab News: <https://www.arabnews.com/node/2366261/business-economy>
- Rahardjo, L. (2010). *Do we really need Nation Branding*. Retrieved from Marketeers: <https://www.marketeers.com/indonesia-do-we-really-need-nation-branding-3/>
- Rashad, M. (2016). *Saudis await prince's vision of future with hope and concern*. Retrieved from Reuters: <https://www.reuters.com/article/us-saudi-plan-idUSKCNOXLoB2>
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Smith, E. (2023). *Saudi soccer league says big-money player purchases are only the first step in a long-term strategy*. Retrieved from CNBC: <https://www.cnbc.com/2023/09/28/saudi-pro-league-player-purchases-are-only-the-first-step-in-strategy.html>
- Soni, P. (2019). *Nation Branding: How to Build an Effective Location Brand Identity*. Retrieved from Brand Finance: <https://brandfinance.com/insights/nation-branding>
- Vision 2030. (n.d.). *A Story of Transformation*. Retrieved from Vision 2030: <https://www.vision2030.gov.sa/v2030/a-story-of-transformation/>
- Vision 2030. (n.d.). *PUBLIC INVESTMENT FUND PROGRAM*. Retrieved from Vision 2030: <https://www.vision2030.gov.sa/en/vision-2030/vrp/public-investment-fund-program/>
- Walid, A. (2023). *PIF to take control of Saudi Arabia's four biggest clubs as part of major shake-up in Pro League*. Retrieved from The Athletic: <https://theathletic.com/4581869/2023/06/05/saudi-arabia-pif-pro-league/>
- Wang, J. (2006). Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy* 27 (3), 49-58.
- Ward-Perkins, M. (2023). *Saudi Arabia soccer spending ranks second in the world as it bids to become global powerhouse*. Retrieved from CNBC: <https://www.cnbc.com/2023/09/08/pro-league-saudi-arabia-soccer-spending-ranks-second-in-world-.html>
- Westwood, J. (2023). *Could the Saudis buy the Champions League?! Oil-rich state tipped to create new worldwide Super League as financial experts reveal their 'outrageous prediction' for 2024 - but two of them have come true before!* Retrieved from GOAL: <https://www.goal.com/en-us/lists/could-saudis-buy-champions-league-tipped-create-worldwide-super-league-financial-experts-reveal-prediction-2024/blt452794cbfb9058f2>
- Woodyatt, A., Shveda, K., & Cubero, A. J. (2023). *Saudi Arabia is trying to disrupt soccer's world order. The reasons why might surprise you*. Retrieved from CNN: <https://edition.cnn.com/2023/09/20/sport/saudi-arabia-soccer-spl-bin-salman-intl-spt-cmd-dg/index.html>
- World Football Summit. (2023). *The Rising Star: Saudi Arabia's Ambition to Dominate the Global Football Scene*. Retrieved from World Football Summit: <https://worldfootballsummit.com/saudi-arabias-ambition-to-dominate-global-football/>