

## **DIPLOMASI KEBUDAYAAN EMIRAT ABU DHABI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI FORMULA ONE GRAND PRIX (F1 GP) TAHUN 2009-2014**

**Maula Bitamara<sup>1</sup>**  
**Nim. 1102045101**

### ***Abstract***

*The purpose of this study is to know and describe the form of US public diplomacy in the field of sports conducted with Cuba in the effort to restore diplomatic relations during the reign of Barack Obama. In this study the authors use the concept of national interest and the concept of public diplomacy through various tracks to conduct analysis in this study. And to achieve the purpose of the research, the research method used is descriptive research type with data collection techniques through library research. While to analyze data using qualitative analysis technique. The results shows that US public diplomacy to Cuba in the recovery of diplomatic relations through sports activities and using tracks of governments, citizen diplomacy and communication and media. Sports activities that made diplomacy are baseball diplomacy, basketball diplomacy and football diplomacy.*

**Keywords:** *Abu Dhabi, F1 GP, Cultural Diplomacy, Sport Tourism*

### **Pendahuluan**

Diplomasi kebudayaan merupakan salah satu bentuk diplomasi yang saat ini banyak diterapkan oleh beberapa negara dan dianggap efektif untuk mencapai suatu tujuan tertentu, karena pelaksanaannya dilakukan dengan jalan damai tanpa unsur paksaan. Sarana-sarana yang dapat digunakan di dalam diplomasi kebudayaan di antaranya melalui pertunjukan kesenian, pertukaran ahli dalam pendidikan, *event* olahraga, pariwisata, dll. Olahraga sebagai sarana diplomasi kebudayaan yang dapat dipakai, dimana cara ini sudah sangat *universal* dan potensial karena seluruh masyarakat luas dapat terlibat dan berperan di dalamnya. Bentuk olahraga yang dijadikan sebagai alat dan sarana untuk melakukan diplomasi kebudayaan biasanya menggunakan *event-event* olahraga yang digelar rutin setiap tahun atau beberapa tahun sekali dan menjadi sebuah agenda rutin dari sebuah negara. Salah satu *event* rutin tahunan dari sebuah cabang olahraga yang dikemas secara komersial dan melibatkan banyak orang adalah gelaran balap mobil kasta tertinggi F1 GP.

Salah satu negara yang turut serta menjadi tuan rumah penyelenggara *event* F1 GP dan menjadikan F1 GP ini sebagai *event* rutin tahunan adalah Emirat Abu Dhabi. Abu

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: maulabitamara@gmail.com

Dhabi merupakan salah satu anggota dari tujuh negara bagian (lebih dikenal dengan nama emirat) yang membentuk suatu kesatuan negara bernama Uni Emirat Arab (UEA). Abu Dhabi merupakan emirat terbesar di UEA dan sekaligus menjadi ibukota negara UEA. Sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam berupa minyak bumi dan gas, para pemimpin Abu Dhabi berhasrat untuk memodernisasi negaranya dan bisa bersaing menjadi sebuah negara yang tidak hanya dikenal sebagai negara *petrodollar*, namun juga sebagai negara maju secara infrastruktur dan pariwisata yang menarik untuk dikunjungi melalui pembangunan infrastruktur dan kegiatan *event-event* bertaraf internasional seperti menjadi tuan rumah balapan mobil paling bergengsi di dunia, F1 GP.

Sesuai dengan kebijakan jangka panjang terhadap diversifikasi perekonomiannya, pemerintah Emirat Abu Dhabi berupaya untuk memaksimalkan secara bertahap atas sektor-sektor non migas, seperti pariwisatanya, sebagai pengganti sektor migas yang sebelumnya memang lebih dominan berkontribusi bagi pendapatan bagi emirat ini. Dengan adanya Emirat Abu Dhabi menjadi tuan rumah F1 GP, tentunya akan lebih memperkenalkan Abu Dhabi kepada dunia sekaligus untuk mempromosikan dirinya sebagai salah satu destinasi pariwisata, terutama menjadi *sporting tourism destination* yang menarik di kawasan Timur Tengah bahkan di dunia. F1 GP adalah ajang balap mobil prestisius yang tidak hanya mengundang banyak wisatawan terutama para penggemar F1 GP untuk datang ke Abu Dhabi dan menonton F1 GP secara langsung, tetapi ajang F1 GP juga disiarkan secara *live* di seluruh penjuru dunia melalui televisi dan ditonton oleh jutaan pasang mata para penggemar F1 GP. Tentu ini menjadi sebuah langkah yang sangat baik bagi Abu Dhabi untuk menjadikan sebuah *event* olahraga yang prestisius ini sebagai langkah diplomasi kebudayaan dan ajang promosi Emirat Abu Dhabi untuk mencapai beberapa kepentingan negaranya.

Pada pelaksanaannya yang perdana, yakni tahun 2009 yang lalu, F1 GP Abu Dhabi telah mampu menarik banyak pengunjung ke Abu Dhabi untuk menyaksikan *event* ini secara langsung. Ketika itu, total dari keseluruhan jumlah tiket yang disediakan oleh pihak pengelola telah terjual habis. Pihak pengelola juga telah menyatakan bahwa sebanyak 50.000 penonton hadir menyaksikan pertandingan di sirkuit pada saat itu ([www.gulfnews.com](http://www.gulfnews.com), diakses pada tanggal 12 Januari 2015). Hal ini menjadikan F1 GP merupakan *event* yang cukup berpengaruh dan dapat diandalkan untuk menarik banyak wisatawan yang berkunjung ke Abu Dhabi di setiap penyelenggaraannya.

Melihat kesuksesan dari perhelatan perdana F1 GP Abu Dhabi tersebut, pihak *Abu Dhabi Tourism and Cultural Authority* (ADTCA) pun mengembangkan beberapa fasilitas dan wahana pariwisata penunjang terhadap *event* ini. Satu lokasi dengan sirkuit tempat penyelenggaraan *event* ini, juga sengaja dibangun beberapa fasilitas dan wahana pariwisata lain dengan arsitektur mewah dan teknologi yang mutakhir. Beberapa di antaranya yakni *Ferrari World*, *Yas Viceroy*, *Yas Waterworld* dan *Yas Mall* ([www.yasisland.ae](http://www.yasisland.ae), diakses 15 Januari 2015)

Dari lama rentang tahun 2009 hingga tahun 2014, penyelenggaraan F1 GP Abu Dhabi terbilang mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Abu Dhabi secara signifikan. Tingkat kunjungan wisatawan ke Abu Dhabi selalu meningkat tiap tahunnya bahkan melebihi dari target yang telah ditentukan. Puncaknya terjadi pada

tahun 2014 lalu, tingkat kunjungan wisatawan ke Abu Dhabi naik 15% dari tahun 2013. Tingkat pengunjung ke Abu Dhabi tahun 2014 yakni sebanyak 3.4 juta pengunjung, melampaui dari target yang telah ditentukan oleh ADTCA yakni sebanyak 3.1 juta pengunjung (www.gulfnews.com, diakses 12 Januari 2015)

Pemerintah Emirat Abu Dhabi memiliki tujuan untuk mempromosikan negaranya dan meningkatkan pendapatan negara dari sektor pariwisata (kunjungan wisatawan) selain mengandalkan dari sektor migas dengan cara melaksanakan *event-event* olahraga internasional, salah satunya adalah ajang balap mobil F1 GP. Tulisan ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana diplomasi kebudayaan yang dilakukan Abu Dhabi melalui ajang balap mobil F1 GP Abu Dhabi mampu meningkatkan kunjungan wisatawan di Abu Dhabi.

### **Kerangka Dasar Teori dan Konsep**

#### ***Diplomasi Kebudayaan***

Diplomasi kebudayaan adalah usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, baik secara mikro seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, olahraga dan kesenian, ataupun secara makro sesuai dengan ciri khas yang utama, misalnya: propaganda dan lain-lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi ataupun militer. Diplomasi kebudayaan juga dianggap sebagai alat untuk memperlihatkan tingkat peradaban suatu bangsa (Alfian dan Nazarudin, 1991).

Aktor yang dapat melakukan kegiatan diplomasi kebudayaan ini dapat di perankan pemerintah maupun non pemerintah, individual maupun kolektif, atau setiap warga negara. Oleh karena itu, pola hubungan diplomasi kebudayaan antarbangsa bisa terjadi antara pemerintah-pemerintah, pemerintah-swasta, swasta-swasta, swasta-individu, individu-individu, hingga pemerintah-individu. Adapun tujuan dan sasaran utama dari diplomasi kebudayaan adalah mempengaruhi pendapat umum (masyarakat negara lain), baik pada level nasional, maupun internasional (Tulus Warsito dan Wahyuni K, 2007:4)

Diplomasi Kebudayaan adalah sebuah bentuk diplomasi yang biasa dilakukan dalam keadaan dunia yang damai dan dapat berbentuk eksebisi, kompetisi, pertukaran misi, negoisasi, dan konferensi. Diplomasi ini bertujuan untuk mendapatkan pengakuan, hegemoni, persahabatan, dan penyesuaian. Sarana untuk melakukannya bisa melalui olahraga, pendidikan, pariwisata, dll.

Salah satu bentuk dari diplomasi kebudayaan yang paling konvensional adalah melalui eksebisi, mengingat gaya diplomasi modern adalah diplomasi secara terbuka yang menganut dasar eksebionistik dan transparan. Eksebisi atau pameran dapat dilakukan untuk menampilkan konsep-konsep atau karya kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi maupun nilai-nilai sosial atau ideologi dari suatu bangsa kepada bangsa lainnya.

Bentuk lain dari diplomasi kebudayaan adalah kompetisi yang berarti pertandingan atau persaingan. Dalam konteks ini, pertandingan yang dimaksud adalah dalam artian yang positif, misalnya melalui sarana olahraga. Kompetisi tersebut di atas, baik

sebagai bentuk pertandingan maupun persaingan antar negara-bangsa. Dianggap sebagai salah satu bentuk diplomasi kebudayaan, karena di dalamnya terlibat sistem nilai yang paling esensial dalam *me-manage* kekuatan nasional masing-masing negara yang bersangkutan dalam rangka mengungguli bangsa lain. Esensi dari management kekuatan nasional ini tak lain adalah pemanfaatan diplomasi kebudayaan (makro) dalam diplomasi (Tulus Warsito dan Wahyuni K, 2007:23).

### ***Pariwisata Olahraga (Sport Tourism)***

Secara umum, pariwisata olahraga (*sport tourism*) adalah mengambil wisata berbasis rekreasi, untuk sementara waktu, keluar dari komunitas rumah mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan fisik, untuk menonton aktivitas fisik, atau untuk mengunjungi tempat-tempat yang berhubungan dengan aktivitas fisik. *Sport tourism* pun diklasifikasikan menjadi tiga jenis utama, di antaranya yakni *active sport tourism*, *nostalgia sport tourism*, dan *sport event tourism* (H.J Gibson, 1998).

*Sport events tourism* terbagi dalam beberapa bentuk, di antaranya mungkin berbeda dalam ukuran, volume, dampak, dan alasan untuk menyelenggarakannya, namun satu aspek yang selalu sama, yakni durasi waktu yang terbatas dalam penyelenggaraannya. *Sport events* bisa dikategorikan menurut skala dan ukuran mereka, diantaranya yakni *local events*, *hallmark events*, hingga *mega events*. Salah satu kategori *sport events* adalah *hallmark events* yang merupakan sebuah *event* yang cukup besar (*major event*) yang dilaksanakan dalam satu atau dua tahun sekali dan dampak yang ditimbulkan lebih besar dari sekedar *local events*, dan dikembangkan terutama untuk meningkatkan kesadaran, daya tarik dan profitabilitas tujuan wisata dalam jangka pendek atau panjang (B.W Ritchie dan D. Adair, 2004:11-12). Adapun contoh dari *hallmark sport events* bisa seperti Wimbledon, sebuah turnamen tenis di London, atau Formula One Grand Prix di Monako.

Secara umum, para ahli berpendapat bahwa *sport events tourism* juga memiliki beberapa pendekatan terhadap faktor-faktor apa saja yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi sebuah *event* olahraga. Ottevanger membagi beberapa motivasi yang umum dan paling sering menjadi alasan para wisatawan untuk mendatangi *event* olahraga tersebut (H.J Ottevanger, 2007:39)

Dilihat dari tingkat kepentingan dan prioritasnya, Ottevanger menilai bahwa motif fans/penggemar (*fan motives*) merupakan faktor paling utama dan umum yang menjadi alasan/motivasi seseorang untuk mengunjungi sebuah *event* olahraga besar.

Faktor motivasi kedua yang dinilai penting dan potensial adalah hiburan (*entertainment*). Ottevanger menjelaskan bahwa dengan suasana atau atmosfer kemeriahan dari penyelenggaraan sebuah *event* olahraga besar itu sendiri sudah mampu untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Namun dengan tersedianya beberapa hiburan lain sebagai tambahan di luar dari *event* olahraga tersebut terkadang lebih menjadi motivasi tersendiri dan mampu menarik minat para wisatawan untuk berkunjung dibandingkan keberadaan *event* olahraga itu sendiri.

Selain *entertainment*, faktor *destination* turut menjadi motivasi yang cukup berpengaruh terhadap *sport tourists* di dalam mengunjungi sebuah *event* olahraga.

*Destination* bisa diartikan sebagai lokasi utama penyelenggaraan *event* olahraga itu sendiri, atau diartikan sebagai lokasi lain yang menarik dan terdapat di sekitar lokasi penyelenggaraan *event* olahraga tersebut. Kedua hal ini tentunya akan mempengaruhi pola perjalanan para wisatawan yang ingin berkunjung.

### **Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis, dimana penulis menjelaskan dan menggambarkan secara cermat karakteristik dari suatu gejala atau permasalahan yang terjadi (adanya *event* F1 GP dan adanya peningkatan kunjungan wisatawan) dan kemudian menganalisis mengapa permasalahan tersebut terjadi dan korelasinya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari penelaahan studi kepustakaan, hasil *browsing* data-data yang relevan melalui situs internet, dll. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah *library research* dan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif.

### **Hasil Penelitian**

Abu Dhabi merupakan salah satu negara bagian atau yang biasa disebut Emirat dari Federasi Uni Emirat Arab (UEA), dimana negara tersebut terletak di kawasan Asia Barat Daya. Semenjak tahun 1972, yang merupakan awal terbentuknya federasi, Emirat Abu Dhabi pun telah ditetapkan menjadi ibukota dari UEA. Secara geografis, posisi wilayah Abu Dhabi terletak di bagian timur laut Teluk Persia di Jazirah Arab. Abu Dhabi merupakan wilayah emirat yang paling luas diantara emirat lain yang ada di Abu Dhabi dan memiliki jumlah populasi penduduk yang paling banyak.

Dengan wilayahnya yang sangat luas, maka Emirat Abu Dhabi terbagi atas tiga wilayah utama, yakni Wilayah Kota Abu Dhabi, wilayah bagian timur, dan wilayah bagian barat. Wilayah Kota Abu Dhabi menjadi wilayah atas ibukota federal dan tempat kedudukan bagi kantor-kantor pemerintahan pusat Abu Dhabi dan UEA, organisasi federal, kedutaan asing, beberapa perusahaan-perusahaan besar, dan menjadi pusat dari beberapa fasilitas dan bisnis baik nasional dan regional. Wilayah Kota Abu Dhabi juga merupakan kawasan perkotaan *global* yang modern dengan banyaknya gedung-gedung pencakar langit dan bangunan-bangunan modern lainnya.

### ***Peran Sumber Daya Migas Bagi Perekonomian Abu Dhabi***

Semenjak penemuan minyak pertama di daerah lepas pantai (*offshore*) Emirat Abu Dhabi pada tahun 1958, kehidupan perekonomian penduduk emirat pun dapat bangkit dari kesulitan perekonomian yang telah menimpa sejak tahun 1930. Selain itu, seiring dengan banyaknya penemuan ladang-ladang minyak lainnya di emirat ini setelah dieksplorasi pada tahun-tahun berikutnya, ditambah lagi dengan produksinya yang secara besar-besaran, semenjak tahun 1962 hingga 1963 menjadi awal dimana kargo minyak mentah mulai diekspor untuk pertama kalinya dari Emirat Abu Dhabi ([www.environmentalatlus.ae](http://www.environmentalatlus.ae), diakses pada 25 Januari 2015). Saat itu pula emirat ini pun resmi menjadi produsen dan eksportir minyak mentah pertama dari emirat-emirat lainnya di UEA yang siap bersaing di pasar global.

Secara perlahan Abu Dhabi pun mulai muncul sebagai salah satu wilayah yang maju di kawasan Timur Tengah, mengikuti jejak Qatar, dan Arab Saudi. Abu Dhabi muncul

sebagai salah satu kekuatan baru dalam dinamika perekonomian dunia. Menurut *Oil & Gas Journal U.S Energy Information Administration*, UEA mempunyai total cadangan minyak terbesar ketujuh di dunia, yakni sebanyak 97,8 milyar barel, atau sekitar 6% dari total cadangan minyak dunia. Mayoritas cadangan migas UEA terletak di Emirat Abu Dhabi, yakni sekitar 95% dari total cadangan minyak dan 94% untuk total cadangan gas ([www.eia.gov](http://www.eia.gov), diakses pada 27 Oktober 2015).

Hasil dari penjualan minyak dan gas bumi memiliki peranan penting terhadap berkembangnya perekonomian Abu Dhabi. Perekonomian Abu Dhabi mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, terbukti dari tingginya angka pendapatan domestik bruto (PDB) dan pendapatan per kapita emirat ini. Pada tahun 2006 PDB Abu Dhabi hampir mencapai \$ 100 miliar, yang mana ini merupakan sebuah lompatan besar dari yang hanya \$ 40 miliar pada tahun 2002. Selain itu, pendapatan per kapita Abu Dhabi hampir menyentuh \$ 70.000, mengingat pada saat itu emirat ini hanya memiliki penduduk sekitar 1,4 juta jiwa saja. Dengan pencapaian yang luar biasa ini Abu Dhabi menjadi peringkat ketiga di dunia sebagai negara berpendapatan per kapita tertinggi setelahnya Luksemburg dan Norwegia ([www.abudhabi.com](http://www.abudhabi.com), diakses pada 29 Oktober 2015)

Dengan tingkat perekonomiannya yang tinggi tersebut, turut berpengaruh pula dengan tingkat pertumbuhan pembangunan di emirat ini. Pemerintah Emirat Abu Dhabi pun gencar merealisasikan beberapa pembangunan skala besar terhadap wilayahnya. Para Emir Abu Dhabi mempunyai ambisi untuk mewujudkan modernisasi di emirat ini, yakni dengan terus membangun infrastruktur-infrastruktur pendukung di emirat ini. Kini, sebagian dari wilayah daratan Abu Dhabi yang awalnya lebih didominasi oleh hamparan padang pasir, mulai berubah menjadi sebuah kawasan perkotaan kosmopolitan.

#### ***Potensi Sektor Pariwisata: Alternatif Diversifikasi Perekonomian Abu Dhabi***

Dalam rangka untuk mengatasi kerentanan ekonomi terhadap perubahan harga minyak dunia, pada 7 Januari 2009, pemerintah Abu Dhabi akhirnya mengeluarkan sebuah program perencanaan jangka panjang untuk transformasi perekonomian emirat, termasuk mengurangi ketergantungan pada sektor migas sebagai sumber aktivitas ekonomi dari waktu ke waktu, dan lebih berfokus pada pengembangan industri berbasis ilmu pengetahuan di masa depan.

Bernama *Abu Dhabi Economic Vision 2030*, program ini menyediakan beberapa langkah komprehensif untuk upaya diversifikasi perekonomian seperti meningkatkan kontribusi sektor non-migas terhadap GDP sebagai bentuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bagi emirat ini ([www.abudhabi.ae](http://www.abudhabi.ae), diakses pada 24 Oktober 2015). Salah satu sektor yang fokus untuk ditingkatkan kontribusinya terhadap perekonomian Abu Dhabi adalah sektor jasa dan pariwisata.

Demi merealisasikan program diversifikasi ekonomi di sektor pariwisata, semenjak tahun 2004, pemerintah emirat membentuk *Abu Dhabi Tourism Authority* (ADTA) dan kemudian berganti nama menjadi *Abu Dhabi Tourism and Culture Authority* (ADTCA) pada tahun 2012 hingga saat ini. ADTCA merupakan badan otoritas di bawah naungan strategi diversifikasi perekonomian pemerintah Emirat Abu Dhabi.

Pembentukan ADTCA bertujuan untuk melestarikan, mempromosikan, mengembangkan dan memanfaatkan warisan, budaya, tradisi, dan segala jenis pariwisata di Emirat Abu Dhabi. Selain ADTCA, ada pula badan otoritas lainnya di emirat ini sebagai pendukung terhadap pembangunan dan perkembangan pariwisata yang bernama *Tourism Development & Investment Company* (TDIC) yang dibentuk pada tahun 2006. TDIC adalah badan otoritas utama di dalam pengembangan infrastruktur dan residensial sebagai destinasi pariwisata di Abu Dhabi. TDIC dibentuk untuk menjadi manajemen terhadap segala aset pariwisata dan sebagai tangan kanan dari ADTCA dalam rangka mendorong pertumbuhan investasi, dan pengembangan sektor pariwisata emirat ini ([www.tdic.ae](http://www.tdic.ae), diakses pada 26 Oktober 2015).

Abu Dhabi melalui ADTCA dan TDIC terus bersinergi dan berupaya dalam meningkatkan produk dan pelayanan industri pariwisata di emirat ini. Secara umum, sebenarnya Abu Dhabi telah memiliki beberapa aspek pendukung bagi pariwisatanya, diantaranya seperti lokasi emirat yang strategis, iklim beserta lingkungan yang aman dan nyaman, akomodasi berkualitas tinggi, informasi dan pelayanan yang mudah untuk diakses bagi para wisatawan, serta infrastruktur modern dan berkelas. Secara khusus Abu Dhabi memiliki banyak potensi pariwisata dan bervariasi mulai dari yang tradisional hingga yang modern, dan sejauh ini semuanya telah memenuhi standar internasional secara bervariasi. Meskipun Abu Dhabi terus berkembang menjadi kawasan perkotaan kosmopolitan dan modern, namun emirat ini tentu takkan bisa lepas dengan kebudayaannya. Begitu juga dengan pariwisatanya, ADTCA berusaha memadukan unsur modern dengan tradisional tanpa mengurangi sedikitpun ciri khas dari kebudayaan emirat ini.

#### ***Penyelenggaraan F1 GP: Penunjang Utama Promosi Pariwisata Abu Dhabi***

Penyelenggaraan *Grand Prix* telah diadakan hampir di seluruh penjuru dunia dengan seri balapan baru. Seri *Grand Prix* saat ini tidak lagi hanya didominasi oleh kawasan Eropa namun sudah meluas seperti di kawasan Afrika, Australia, Asia, bahkan di kawasan Timur Tengah. Negara-negara di kawasan Timur Tengah yang telah terdaftar menjadi seri dari *Grand Prix* adalah Bahrain dan Abu Dhabi (UEA). Abu Dhabi (UEA) merupakan negara di kawasan Timur Tengah kedua yang menjadi tuan rumah penyelenggara, setelahnya Bahrain yang telah terdaftar sejak tahun 2004 sebelumnya.

Dalam prosesnya, untuk dapat turut menggelar pesta balap F1 GP, Abu Dhabi pun harus mendapat persetujuan dari Bahrain sebelum membuat kesepakatan dengan pihak FIA. Bahrain dinilai mempunyai hak veto karena statusnya yang masih aktif menjadi penyelenggara dan menjadi penyelenggara pertama F1 GP di kawasan Timur Tengah. Setelah melalui perundingan yang tidak sulit, demi membuat dunia balap di kawasan Timur Tengah lebih menarik, akhirnya Bahrain pun bersedia menerima Abu Dhabi menjadi *hosting partner* nya di dalam menyelenggarakan *Grand Prix* di kawasan Timur Tengah.

Setelah mendapat persetujuan dari Bahrain, tentu membuat langkah Abu Dhabi semakin dekat untuk mendatangkan F1 GP di emirat ini. Berawal pada tahun 2007, pimpinan *Formula One™ Management* (FOM), Bernie Ecclestone beserta pimpinan *Abu Dhabi Executive Affairs Authority* (EAA), Khaldoon Al-Mubarak, membuat

kesepakatan penting dalam sejarah F1 GP, yakni dengan mengikutsertakan Abu Dhabi sebagai salah satu tuan rumah penyelenggara kejuaraan F1 GP. Setelah mencapai kesepakatan dengan pihak FIA, terhitung sejak kalender balap musim 2009, Abu Dhabi secara perdana menjadi salah satu negara tuan rumah untuk menggelar event F1 GP hingga tahun 2016 kedepan, sesuai dengan kontrak selama 7 tahun yang telah disetujui kedua belah pihak ([www.thenational.ae](http://www.thenational.ae), diakses pada 2 November 2015).

Melalui *event* F1 GP, Emirat Abu Dhabi memiliki kepentingan untuk bisa menjadi seperti negara-negara lain yang telah sukses menjadi penyelenggara serta bisa memanfaatkan *event* tersebut untuk beberapa kepentingan mereka. Singapura, Malaysia dan beberapa negara penyelenggara lain yang berhasil menjadikan *event* ini sebagai salah satu pendongkrak pariwisata mereka. Semenjak pelaksanaan F1 GP Abu Dhabi yang perdana, telah mampu menarik pengunjung hingga 50.000 orang. Setiap tahunnya, pengunjung F1 GP Abu Dhabi pun terus mengalami peningkatan. Puncaknya yakni pada putaran Grand Prix Abu Dhabi yang ke-6 kalinya atau musim balap 2014, yang mana mencapai hingga 60.000 orang ([gulfnews.com](http://gulfnews.com), diakses pada 3 November 2015). Dengan pencapaian positif dan terbilang sukses di dalam penyelenggaraan *event* F1 GP tersebut, menjadikan Emirat Abu Dhabi melalui ADTCA pun banyak meraih penghargaan dan pengakuan oleh dunia.

### ***Diplomasi Kebudayaan Melalui Penyelenggaraan F1 GP Abu Dhabi. Bentuk Eksibisi***

#### ***A. Penyediaan Infrastruktur, dan Fasilitas Pendukung F1 GP Abu Dhabi.***

Untuk dapat menyelenggarakan suatu *event* olahraga bertaraf internasional layaknya F1 GP, tentunya diperlukan persiapan yang sangat matang di dalam berbagai hal termasuk penyediaan infrastruktur dan fasilitas pendukung lainnya sebagai *venue* untuk mengakomodir *event* tersebut.

Penyelenggaraan F1 GP di Abu Dhabi dilaksanakan di dalam sirkuit megah bernama *Yas Marina International Circuit* yang terletak di Pulau Yas/*Yas Island*. Sirkuit ini pun mulai disetujui dan dibuka oleh FIA pada 7 Oktober 2009 untuk menggelar F1 GP seri Abu Dhabi perdana di bulan November 2009. Dalam pembangunannya, sirkuit ini menghabiskan biaya sebanyak £800 juta atau sekitar US\$ 1,3 miliar dengan melibatkan 14.000 pekerja yang bekerja secara *full time* untuk menyelesaikannya ([www.formula1.com](http://www.formula1.com), diakses pada 2 November 2015).

Demi mewujudkan sirkuit yang memenuhi standarisasi *grade 1* oleh FIA, ADTCA bersama pihak pengembang juga sangat memperhatikan secara detail terhadap segala aspek baik keamanan dan kenyamanan bagi para tim beserta pembalapnya maupun penonton yang menyaksikan secara langsung di arena. Sirkuit ini dibangun dengan sistem pencahayaan permanen terbaik yang disediakan oleh *Musco Lighting*, sama dengan yang dipasang untuk Sirkuit Losail di Qatar untuk menggelar balap *Moto GP* pada malam hari. Jalur permukaan lintasan sirkuit ini pun menggunakan aspal terbaik yang didatangkan langsung dari Inggris, dan sangat cocok dengan tipe ban yang disediakan *supplier* ban F1 bahkan saat terjadi perubahan suhu dan cuaca dalam lintasan sekalipun ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com), diakses pada 27 Januari 2016)



Sirkuit Yas Marina memiliki enam tempat untuk dapat menyaksikan perlombaan balap, yakni dengan lima tribun (*grandstand*) dan satu tempat penerimaan umum di Bukit Abu Dhabi (*Abu Dhabi Hill*). Dari lima tribun yang disediakan mampu menampung hingga 50.000 penonton (per 2009-2013) yang kemudian pada tahun 2014 di *upgrade* hingga mencapai 60.000 penonton ([www.rotanatimes.com](http://www.rotanatimes.com), diakses pada 21 Januari 2016).

Selain itu, Sirkuit Yas Marina menjadi sirkuit pertama dan satu-satunya di F1 yang memberikan kenyamanan kepada setiap penonton dengan cara seperti ini. Selain itu, sirkuit ini mempunyai sebuah tower VIP yang terletak di garis *start / finish*. Bernama *Sun Tower*, tower ini memiliki tinggi 60 meter, sehingga dapat menawarkan pemandangan yang sangat luas bagi penonton VIP, karena dapat melihat indahnya panorama sirkuit yang disuguhkan.

Sebagai penunjang *event* F1 GP dan pariwisata emirat ini, selain melalui sirkuit Yas Marina, ADTCA beserta pihak pengelola Pulau Yas terus mengebut untuk membangun beberapa wahana andalan sebagai unjuk keunggulan lainnya yang dimiliki oleh Abu Dhabi. Beberapa di antara wahana yang telah dibangun dan beroperasi di pulau ini adalah *Ferrari World* yang merupakan taman hiburan *indoor* terbesar di dunia, *Yas Waterworld* yang merupakan wahana bermain akuatik terbesar di dunia, *Yas Mall* yang merupakan pusat perbelanjaan terbesar kedua di UEA, dan masih banyak lainnya yang juga memiliki arsitektur mewah dan teknologi yang mutakhir sebagai bentuk keunggulannya.

#### **B. Keunikan Tata Cara Pelaksanaan Balap dalam Penyelenggaraan F1 GP Abu Dhabi**

Penyelenggaraan F1 GP Abu Dhabi di Sirkuit Internasional Yas Marina merupakan upaya demi terciptanya kesatuan turnamen untuk melengkapi seri balap dengan beberapa negara lainnya. Setiap penyelenggaraan F1 GP selalu berbeda antara satu negara dengan negara lainnya. Abu Dhabi memiliki keunikan tersendiri dalam pelaksanaan *event* F1 GP. Salah satunya yakni waktu penyelenggaraan GP Abu Dhabi menjadi balapan siang-malam (*day-night race*) yang pertama di ajang F1 GP. *Event* ini akan dimulai pada sore hari pukul 17.00 dan akan berakhir pada malam hari, sehingga baik pembalap maupun penonton di arena akan menyaksikan saat-saat matahari terbenam (*sunset*) ([www.racingcircuit.info](http://www.racingcircuit.info), diakses pada 29 Januari 2016)

Selain itu, penyelenggaraan GP Abu Dhabi selalu diadakan pada bulan November, dan dalam beberapa *race* nya, Abu Dhabi bahkan dijadikan sebagai tuan rumah dari laga pamungkas atau laga penutup akhir musim yang mana menyajikan pertandingan seru pembalap-pembalap teratas yang bersaing untuk meraih gelar juara dunia. Hal ini pun berpengaruh pada peningkatan hunian hotel-hotel di Abu Dhabi oleh wisatawan yang berkunjung pada bulan ini, bahkan menjadi yang tertinggi dari bulan-bulan yang lainnya.

Seiring dengan peningkatan kunjungan wisatawan yang terus terjadi semenjak adanya *event* F1 GP di emirat ini, ADTCA bersama TDIC turut berupaya meningkatkan jumlah sektor hunian dan perhotelan di Abu Dhabi. Hingga saat

ini, sudah banyak terdapat hotel-hotel ternama dan resort mewah yang tersedia di emirat ini, seperti *Shangri-La Hotel, Ritz-Carlton Hotel, Hilton Hotel*, dll. Dengan penyediaan tiket per-paket dengan hotel hingga promo dan potongan harga yang coba ditawarkan beberapa pengelola saat mendekati musim balap, tentunya akan semakin menarik minat para pengunjung yang akan menyaksikan F1 GP bahkan sekaligus untuk sekedar berlibur di Abu Dhabi.

### **C. Penggunaan Sponsor dan Media Sebagai Alat Promosi Penyelenggaraan F1 GP Abu Dhabi**

Sebagai salah satu event olahraga internasional, F1 GP turut melibatkan berbagai pihak *partner events* seperti sponsor di dalam penyelenggaraannya. Seri balap perdana di Abu Dhabi bermula saat kalender balap tahun 2009, yang mana ADTCA menggandeng *Etihad Airways* sebagai *partner event* mereka untuk menjadi sponsor utama dari penyelenggaraan F1 GP di Abu Dhabi. *Formula 1 Etihad Airways Abu Dhabi Grand Prix* menjadi nama resmi dari penyelenggaraan seri balap dari emirat Abu Dhabi dan dikenal sampai saat ini.

Dalam upaya memperkuat citra Abu Dhabi sebagai destinasi wisata kelas dunia, sebagai sponsor utama, bentuk dukungan yang diberikan oleh *Etihad Airways* tidak hanya berupa dukungan finansial saja, namun juga bentuk dukungan lain seperti mempromosikan pariwisata emirat terutama *event* F1 GP Abu Dhabi ini sendiri. Bentuk dukungan finansial yang diberikan *Etihad Airways* sebagai sponsor utama *event* ini adalah berupa bantuan langsung kepada pihak pengelola F1 untuk mengakomodir biaya operasional penyelenggaraan di setiap musim balapnya. Adapun jumlah besaran yang diberikan *Etihad Airways* setiap musimnya berkisar antara 40-50 juta US\$ , dan ini tentunya akan sangat membantu Pemerintah Emirat Abu Dhabi karena tidak perlu lagi mengeluarkan biaya lebih untuk operasional penyelenggaraan. Biaya operasional tersebut biasanya diwujudkan untuk pengadaan tiket, akomodasi tim, dan lain sebagainya.

*Etihad Airways* juga memberikan bentuk dukungannya yang lain seperti mempromosikan *event* F1 GP ini dengan berbagai cara. Dengan nama besar *Etihad Airways* sebagai *title sponsor* yang hadir dan melekat pada penyelenggaraan F1 GP Abu Dhabi, tentunya akan semakin menambah prestige tersendiri terhadap event ini sehingga membawa pengaruh dan daya tarik masyarakat.

*Event* F1 GP ini terbilang mampu menarik penonton televisi secara global yang cukup besar setelahnya *FIFA World Cup* dan Olimpiade yakni sekitar 425 juta orang per musim balap 2014 ([www.foxsportasia.com](http://www.foxsportasia.com), diakses pada 2 Februari 2016). Setiap seri GP, termasuk GP Abu Dhabi pun disiarkan oleh beberapa stasiun televisi ternama seperti Sky Sports, BBC, NBCSN, dan masih banyak lainnya. Selain itu, melalui sarana internet, para fans / penggemar balap mobil dari berbagai penjuru dunia dapat mengakses informasi seputar turnamen F1 GP dan secara tidak langsung mereka dapat mengenal atau menambah informasi mengenai Emirat Abu Dhabi.

### **Bentuk Kompetisi**

Dari sekian banyak nama pembalap yang berkompetisi di F1 GP Abu Dhabi, memang tidak ada satupun nama pembalap asal Abu Dhabi. Meskipun demikian, Abu Dhabi

tidak serta merta merasa kalah saing dengan negara-negara lain yang juga turut ambil bagian dalam *event* ini dengan menyumbangkan pembalap-pembalapnya. Abu Dhabi pun bersaing melalui cara lainnya, yakni dalam mengorganisir *event* ini secara baik.

F1 GP termasuk salah satu *event* olahraga internasional yang sangat mahal di dalam penyelenggaraannya. Meskipun mahal, tak sedikit juga negara-negara yang saling bersaing untuk menjadi penyelenggara F1 GP karena dinilai dapat memberikan dampak positif dari berbagai sisi, termasuk bagi pariwisata negara tersebut. Setiap negara yang berkeinginan untuk menjadi tuan rumah, harus bersedia membayar kontrak yang ditawarkan oleh pihak FOM. Saat ini, biaya rata-rata untuk menjadi penyelenggara adalah \$ 27 juta. Abu Dhabi menjadi negara kedua dengan pengeluaran terbesar untuk biaya kontrak penyelenggaraan per tahunnya, kemudian posisi ketiga dipegang oleh Singapura, dan posisi pertama dipegang oleh Malaysia.

Selain itu, setelah mampu berkompetisi di dalam hal biaya kontrak penyelenggaraan, Abu Dhabi turut mencoba bersaing melalui harga penjualan tiket perlombaan. GP Abu Dhabi memang terbilang sangat mewah, berkelas, dan dipenuhi dengan berbagai fitur unggulan yang memberikan kenyamanan bagi setiap penontonnya. Meskipun demikian, pihak pengelola GP Abu Dhabi juga memberi harga tiket yang tidak terlalu mahal kepada para calon pembelinya. Mereka memberikan harga tiket yang cukup terjangkau sehingga mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin menonton F1 GP Abu Dhabi.

#### ***Peningkatan Kunjungan Wisatawan Formula One Grand Prix Emirat Abu Dhabi Tahun 2009-2014***

Meskipun terbilang masih baru, Emirat Abu Dhabi menjadi salah satu hosting country yang dinilai cukup sukses di dalam mengorganisir event ini, sehingga mampu mensejajarkan diri dengan negara besar penyelenggara lainnya yang telah lebih dahulu menggelar event F1 GP. Dengan memiliki slogan “*There is more to F1 in Abu Dhabi*” memiliki maksud bahwa banyak hal lebih yang telah ditawarkan dan bisa dinikmati bagi wisatawan dalam penyelenggaraan F1 GP Abu Dhabi ini.

ADTCA bersama pihak pengelola tidak hanya menawarkan aktivitas *on-track*, namun juga menyediakan beragam hiburan *off-track* dan destinasi lainnya yang dapat dikunjungi. Dalam aktivitas *on-track*, para penonton tidak hanya akan menyaksikan balapan yang berlangsung, namun tentunya akan disuguhi pula dengan panorama dari kemegahan Sirkuit Yas Marina yang berpadu dengan kondisi geografis emirat ini. Melalui program *Abu Dhabi Paddock Club* yang terbuka bagi siapa saja pemegang tiket GP Abu Dhabi, para penggemar/fans akan melihat lebih dekat pembalap idolanya di trek sirkuit sebelum dimulainya *race*, atau program *Amber Lounge* yang tersedia eksklusif bagi pemegang tiket GP Abu Dhabi kelas VIP, para penggemar/fans akan berpesta bersama para pembalap dan para *public figure* yang telah hadir.

Sedangkan untuk aktivitas *out-track*, tersedianya konser musik eksklusif setelah balap semakin memanjakan bagi para penggemar/fans yang telah hadir menyaksikan secara langsung di arena. Melalui *Yassalam Festival*, yakni sebuah program khusus dari ADTCA bersama *FLASH Entertainment* yang diperuntukkan kepada para seluruh pemegang tiket GP Abu Dhabi. Beberapa artis/penyanyi internasional ternama seperti

Aerosmith, Beyonce, Eminem, Jay-Z, hingga Pharrel William pun telah didatangkan di setiap musim balapnya demi menghibur bagi para penonton GP Abu Dhabi. Dengan program seperti ini, maka tak heran jika tiket yang telah disediakan pengelola setiap tahunnya selalu habis terjual.

Adanya keseluruhan tiket yang disediakan selalu terjual habis setiap tahunnya, membuat pihak pengelola pun turut meningkatkan jumlah kapasitas untuk menampung pengunjung *event* ini yang semula hanya 50.000 di tahun 2009 hingga mencapai 60.000 di tahun 2014 ([www.emirates247.com](http://www.emirates247.com), diakses pada 27 Januari 2016).

### **Kesimpulan**

Diplomasi kebudayaan Abu Dhabi merupakan upaya dari Pemerintah Abu Dhabi dalam program diversifikasi perekonomian emirat ini yang mana diimplementasikan melalui penyelenggaraan sebuah *event* balap mobil tahunan *Formula One Grand Prix*. Melalui ADTCA, pemerintah Abu Dhabi bersinergi demi mempromosikan pariwisata emirat ini, terutama mewujudkan Abu Dhabi sebagai salah satu destinasi pariwisata olahraga yang terbaik di dunia. Diplomasi kebudayaan menjadi salah satu alat yang efektif untuk mencapai beberapa kepentingan sebuah negara, tanpa terkecuali Abu Dhabi khususnya dengan memanfaatkan sarana olahraga berupa F1 GP ini.

Dengan kemampuan yang mumpuni, tidak sulit bagi Abu Dhabi yang notabene emirat kaya di dalam memenuhi segala persyaratan dan ketentuan untuk bisa bersaing dengan negara lainnya menjadi salah satu penyelenggara *event* ini. Sebagai penyelenggara, beberapa bentuk dari diplomasi kebudayaan melalui F1 GP di antaranya mulai dari menyediakan sarana dan fasilitas yang begitu megah, mengorganisir *event* ini dengan baik, hingga persaingan di dalam urusan pendanaan pun dilakukan sebagai wujud untuk menampilkan keunggulan-keunggulan dari emirat ini dibandingkan negara lainnya, sehingga dapat meningkatkan *prestige* dan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Abu Dhabi sehingga berdampak pada kepentingan lainnya.

Seperti beberapa negara lainnya yang telah sukses memanfaatkan *event* ini, Abu Dhabi turut berhasil dalam mendongkrak pariwisata emirat ini. Terbukti dari peningkatan kunjungan wisatawan mulai penyelenggaraannya yang perdana hingga berlangsung di setiap tahunnya. Semua itu tidak terlepas dari *event* ini sendiri yang sudah mempunyai nama besar, beberapa keunggulan yang disajikan dari F1 GP Abu Dhabi, bahkan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam mempromosikan F1 GP Abu Dhabi sehingga dapat dikenal dan akhirnya menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat luas terutama penikmat olahraga otomotif.

### **Daftar Pustaka**

#### ***Buku***

- Ritchie B.W. dan D. Adair. 2004. *Sport Tourism – Interrelationships, Impacts and Issues*. London: Cromwell Press.
- Ottevanger Hendrik Jan. 2007. *Sport Tourism: Factors of Influence on Sport Event Visit Motivation*. Bournemouth University.

Sjamsuddin, Nazaruddin dan Alfian. 1991. *Profil Budaya Politik Indonesia*. Jakarta: Grafiti.

Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartikasari. 2007. *Diplomasi Kebudayaan; Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.

**Jurnal dan eBook**

*Abu Dhabi Economic Report 2013*.

*Abu Dhabi Over a Half Century; Diversifying the Economic Base*.

*Abu Dhabi Tourism & Culture Authority dan Statistical Yearbook Abu Dhabi* dalam <https://www.scad.ae/en/pages/GeneralPublications.aspx>

Gibson, H.J. "Sport Tourism: A Critical Analysis of Research", terdapat di [https://www.researchgate.net/profile/Heather\\_Gibson7/publication/223758220\\_Sport\\_Tourism\\_A\\_Critical\\_Analysis\\_of\\_Research/links/56313ec108ae13bc6c35684c.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Heather_Gibson7/publication/223758220_Sport_Tourism_A_Critical_Analysis_of_Research/links/56313ec108ae13bc6c35684c.pdf)

**World Wide Web**

"*Inaugural Formula 1 Etihad Airways Abu Dhabi Grand Prix sold out*" dalam <http://gulfnews.com/sport/motorsport/inaugural-formula-1-etihad-airways-abu-dhabi-grand-prix-sold-out-1.519187>, diakses pada 12 Januari 2015

"*Yas Island Expansion Project*" dalam <http://www.yasisland.ae/en/news-list/yas-marina-expansion-project/>, diakses pada 15 Januari 2015

"*Abu Dhabi Tourism to Increase by 15% in 2014*" dalam <http://gulfnews.com/business/tourism/abu-dhabi-tourism-to-increase-by-15-in-2014-1.1289165>, diakses pada 12 Januari 2015

"*Environmental Atlas of Abu Dhabi Emirate*" dalam <https://www.environmentalatlas.ae/naturalCapital/oilAndNaturalGasHistory>, diakses pada 25 Oktober 2015

"*United Arab Emirates: Oil*" dalam <http://www.eia.gov/countries/cab/.cfm?fips=tc>, diakses pada 27 Oktober 2015

"*Abu Dhabi, UAE » City Info » Economy*" dalam <http://www.abudhabi.com/v/economy/>, diakses pada 29 Oktober 2015

"*Abu Dhabi Government Publishes Long Term Vision for Development of Emirate's Economy to 2030*" dalam [https://www.abudhabi.ae/portal/public/en/abu\\_dhabi\\_emirate/government/news/news\\_detail?docName=ADEGP\\_DF\\_124048\\_EN&\\_adf.ctrlstate=8p5ycmn53\\_4&\\_afLoop=15597517258425569#!](https://www.abudhabi.ae/portal/public/en/abu_dhabi_emirate/government/news/news_detail?docName=ADEGP_DF_124048_EN&_adf.ctrlstate=8p5ycmn53_4&_afLoop=15597517258425569#!), diakses pada 24 Oktober 2015

“*Overview : Building Abu Dhabi's Future*” dalam <http://www.tdic.ae/TDIC/aboutus/Pages/index.aspx>, diakses pada 26 Oktober 2015

“*Facts and Figures – Abu Dhabi and the Yas Marina Circuit*” dalam <http://www.formula1.com/news/features/2009/10/10143.html>, diakses pada 2 November 2015

“*Yas Marina Circuit*” dalam <http://www.rotanatimes.com/centrocapitalcentre/news/6524>, diakses pada 29 Januari 2016

“*Yas Marina : Circuit Info*” dalam <http://www.racingcircuits.info/middle-east/united-arab-emirates/yas-marina.html#.VtFPTX2LS00>, diakses pada 29 Januari 2016

“*Why F1 Abu Dhabi Grand Prix is a Sell-Out Every Year*” dalam <http://www.emirates247.com/sports/local/why-f1-abu-dhabi-grand-prix-is-a-sell-out-every-year-2015-09-29-1.604978>, diakses pada 27 Januari 2016