

DIPLOMASI PUBLIK PRANCIS MELALUI OLIMPIADE PARIS 2024

Syachidah Riskha Aisyah, Tendy

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Abstrak

Prancis berhasil menyelenggarakan Olimpiade musim panas ke-33 pada tahun 2024 lalu. Prancis dipilih IOC (*International Olympic Committee*) karena membawa konsep keberlanjutan dalam proyek Olimpiadenya dimana hal itu berkesinambungan dengan nilai yang dianut IOC dan sesuai dengan *roadmap* buatan IOC yakni *Olympic Agenda 2020*. Prancis sendiri merupakan negara yang serius dalam menangani isu-isu keberlanjutan dan ingin membawa nilai tersebut di Olimpiade Paris bersamaan dengan nilai kesetaraan yang mereka anut. Oleh karena itu, pada Olimpiade ini Prancis memanfaatkan *soft power* nya sebagai bentuk dari diplomasi publik untuk menunjukkan komitmen sebagai pionir dalam nilai keberlanjutan dan kesetaraan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi diplomasi publik yang dilakukan Prancis melalui Olimpiade Paris 2024 yang dilakukan dalam berbagai macam metode yakni *news management*, *strategic communication* dan *relationship building* serta berbagai respon dari publik terhadapnya. Penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian deskriptif, sumber data sekunder, teknik pengumpulan data *library research*, dan teknik analisis data kualitatif yang akan menjawab rumusan masalah.

Kata Kunci: Prancis, IOC, Diplomasi Publik, Strategi.

Abstract

France successfully organized the 33rd Summer Olympics in 2024. France was chosen by the IOC (*International Olympic Committee*) because it brought the concept of sustainability to its Olympic project which is in line with the IOC's values and in accordance with the IOC's roadmap; *Olympic Agenda 2020*. France itself is a country that takes sustainability issues seriously and wants to bring this value to the Paris Olympics along with their value of equality. Therefore, at this Olympics France utilizes its *soft power* as a form of public diplomacy to show its commitment as a pioneer in the value of sustainability and equality. This research aims to describe the public diplomacy strategy carried out by France through the Paris 2024 Olympics which is carried out in various methods, namely *news management*, *strategic communication* and *relationship building* as well as various responses from the public to it.

Keywords: France, IOC, Public Diplomacy, Strategy.

1. PENDAHULUAN

Olimpiade musim panas ke-33 pada tahun 2024 lalu berhasil diselenggarakan dengan baik di Prancis. Prancis sendiri kembali berhasil terpilih menjadi tuan rumah Olimpiade musim panas untuk yang ketiga kali karena membawa konsep keberlanjutan dalam proyek Olimpiadenya, dimana hal ini juga berkesinambungan dengan nilai yang dianut IOC (*International Olympic Committee*). Sebelumnya, IOC telah menerbitkan sebuah *roadmap* yang diberi nama *Olympic Agenda 2020* pada tahun 2014 lalu. *Roadmap* ini bertujuan untuk menjaga nilai-nilai Olimpiade dan

memperkuat peran olahraga dalam masyarakat (Olympics, 2014). Melalui *roadmap* tersebut, tertuang pula cita-cita IOC untuk mewujudkan nilai-nilai keberlanjutan dan kesetaraan dalam dunia olahraga.

Nilai keberlanjutan yang ingin diwujudkan IOC terdapat pada komitmennya untuk mengurangi emisi karbon sebanyak 50% pada tahun 2030 dimana hal ini juga berkesinambungan dengan *Paris Agreement*, mengkompensasi lebih dari 100% sisa emisi yang dihasilkan dan menggunakan pengaruhnya untuk mengajak para *stakeholders* dan penggemar untuk bertindak dalam menghadapi krisis iklim (Olympics, 2024). Oleh karenanya, IOC berusaha untuk membatasi jejak karbon yang dihasilkan sebagai upaya untuk menjadi organisasi yang netral karbon. IOC juga tidak menganjurkan calon tuan rumah dan tuan rumah terpilih Olimpiade untuk membangun bangunan baru melainkan memakai bangunan yang sudah tersedia. Selain itu, IOC juga berkomitmen untuk meningkatkan partisipasi perempuan sebagai upaya menciptakan paritas gender dalam dunia olahraga. Sebelumnya, saat Olimpiade modern pertama kali dibentuk terdapat partisipasi atlet perempuan yang sangat minim. Hal ini dikarenakan tidak tersedianya pertandingan untuk kelas perempuan di kala itu. Partisipasi atlet perempuan baru mulai terlihat pada Olimpiade modern kedua yang juga dilaksanakan di Prancis pada tahun 1900 lalu. Lebih dari satu abad kemudian tepatnya pada tahun 2012 barulah IOC mengizinkan atlet perempuan berpartisipasi di semua cabang olahraga.

Komitmen dan keseriusan IOC dalam dua nilai tersebut kelak terus menunjukkan perkembangan yang signifikan. Di Olimpiade Paris sendiri sebanyak 95% bangunan yang digunakan merupakan bangunan yang sudah tersedia, dimana hal ini berarti hanya terdapat 2 bangunan yang baru dibangun khusus untuk pagelaran Olimpiade. Kedua bangunan tersebut juga dibangun menggunakan standar lingkungan yang ketat dan akan disumbangkan pada komunitas setempat sebagai bentuk warisan dari Olimpiade. Dalam hal kesetaraan, Olimpiade Prancis berhasil menjadi Olimpiade pertama yang mencapai gender paritas total dimana dari 10.500 atlet yang bertanding, 5.250 diantaranya merupakan perempuan. Hal ini tentu saja merupakan capaian yang sangat penting dalam sejarah pelaksanaan Olimpiade. Berkenaan dengan cita-cita dan komitmen IOC, Prancis sebagai negara yang serius dalam menanggapi isu keberlanjutan dan kesetaraan merasa memiliki kriteria yang relevan dalam menjadi tuan rumah Olimpiade. Dalam kondisi

internalnya, Prancis mempunyai Undang-Undang Transisi Energi untuk Pertumbuhan Hijau. Prancis juga giat mendiplomasikan tujuan dari *Paris Agreement* yakni untuk mengurangi emisi karbon.

Dalam nilai kesetaraan, Prancis sendiri memiliki semboyan nasional yang berbunyi *Liberté, Égalité, Fraternité* (Kebebasan, Kesetaraan, Persaudaraan). Berdasarkan hal ini, Prancis secara jelas mendukung terciptanya kesetaraan gender. Prancis juga menyatakan dukungan serta kontribusinya pada *Gender Action Plan II* yang dibuat oleh Uni Eropa. Melalui dukungannya ini, Prancis berkomitmen untuk memerangi segala bentuk kekerasan pada perempuan dan anak perempuan, memperkuat suara dan partisipasi perempuan, serta mendorong perubahan organisasi sehingga dapat meningkatkan inklusi gender dalam tindakan eksternal (*French Ministry for Europe and Foreign Affairs*, 2018). Dengan adanya kesamaan nilai antara Prancis dan IOC, maka IOC pun tanpa ragu memilih Prancis sebagai tuan rumah Olimpiade musim panas ke-33. Hal ini tidak lain dikarenakan semua kepentingan nasional Prancis dalam Olimpiade Paris 2024 berkesinambungan dengan nilai-nilai yang dianut oleh IOC.

Komitmen dan keseriusan Prancis dalam dua nilai tersebut juga menjadi *soft power* Prancis. Menurut Nye, *soft power* merupakan kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi negara lain melakukan hal yang serupa dan memiliki nilai yang sama tanpa melakukan paksaan dan ancaman (Joseph Nye, 2004). Melalui Olimpiade 2024, Prancis ingin menunjukkan komitmennya sebagai pionir dan mensosialisasikan kedua nilai tersebut kepada publik. Prancis berusaha untuk menyebarkan nilai-nilai yang mereka anut sebagai alat untuk melakukan Diplomasi Publiknya. Hal ini merupakan upaya Prancis untuk menunjukkan komitmennya sebagai pionir dalam hal keberlanjutan dan kesetaraan serta membentuk citranya sebagai negara yang menjunjung tinggi dan memprioritaskan kedua nilai tersebut. Melalui diplomasi publiknya, Prancis juga berkeinginan untuk menjadi inspirasi dan contoh bagi negara lain dalam pengadaan *event* berskala internasional yang lebih ramah lingkungan dan memperhatikan partisipasi perempuan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk menjawab rumusan masalah. Jenis penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi

dari suatu fenomena tertentu secara objektif. Dalam proses pengumpulan data dan temuan, penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh melalui laman resmi IOC, hasil pers, artikel, buku, jurnal, skripsi dan situs internet lain yang kredibel. Penelitian ini juga menggunakan teknik *library reasearch* dalam memperoleh dan menganalisis informasi dan menggunakan teknik analisis data secara kualitatif. Hasil dari penelitian ini akan berakhir pada penyajian data-data deskriptif berupa tulisan dari sumber yang telah diamati.

LANDASAN KONSEP

KONSEP DIPLOMASI PUBLIK

Melansir dari Mark Leonard, Diplomasi Publik adalah tentang bagaimana suatu negara membangun hubungan, memahami kebutuhan, budaya dan individu negara lain, mengkomunikasikan sudut pandang negara sendiri, mengoreksi misinterpretasi terhadap negara dan mencari hal-hal yang berkaitan antar negara dengan negara lain (Leonard, Stead & Smewing 2002). Mark Leonard juga menjelaskan Diplomasi Publik berasal dari premis bahwa citra dan reputasi suatu negara adalah barang atau konsumsi publik (Leonard, 2002). Hal ini berarti segala sesuatu keputusan yang diambil oleh suatu negara akan membentuk persepsi publik dan menghasilkan refleksi dari citra negara tersebut. Jika suatu negara mengambil keputusan yang benar dan berdampak baik maka citranya akan menjadi positif, begitu juga sebaliknya. Diplomasi publik memiliki tiga metode yang mewajibkan negara sebagai aktor hubungan internasional untuk memperhatikan metode-metode berikut agar dapat memperoleh hasil dari diplomasi yang diinginkan. Ketiga metode tersebut antara lain:

1) *News Management*

Metode pertama merupakan metode yang merujuk pada manajemen isu yang terjadi sehari-hari. Dalam metode ini, negara harus bisa melakukan eksplorasi sudut pandang, berperan aktif dalam melakukan manajemen berita serta berkolaborasi dan terhubung dengan pers.

2) *Strategic Communications*

Metode kedua merupakan sebuah aktivitas penetapan sejumlah pesan strategis dan representatif terhadap nilai-nilai negara. Aplikasi dari metode ini hampir mirip dengan kampanye politik. Pesan-pesan yang dibawakan kepada publik pun harus singkat, padat jelas, mudah dipahami dan memiliki makna yang representatif sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dari negara sendiri.

3) *Relationship Building*

Metode terakhir merupakan upaya pembangunan relasi yang dilakukan negara dengan berbagai pihak terlibat seperti negara lain, akademisi, politisi, investor, perusahaan dan kelompok masyarakat. Hal ini dilakukan untuk meninggalkan kesan yang positif pada publik terhadap citra negara.

3. DIPLOMASI PUBLIK PRANCIS MELALUI OLIMPIADE PARIS 2024

Gambaran Umum Pandangan IOC Terhadap Nilai Keberlanjutan dan Kesetaraan dalam Olimpiade

Pandangan IOC terhadap nilai keberlanjutan terletak pada *Olympic Agenda 2020* tepatnya pada rekomendasi 4 dan 5. Rekomendasi 4 membahas tentang peran IOC untuk lebih proaktif dan memainkan peran kepemimpinannya dalam hal keberlanjutan serta memastikan bahwa semua aspek perencanaan dan penyelenggaraan Olimpiade juga tetap menganut nilai ini. Sedangkan untuk rekomendasi 5 membahas tentang peran IOC dalam mengaplikasikan nilai keberlanjutan di operasi harian Gerakan Olimpiade. Kemudian, semangat keberlanjutan IOC juga terletak pada Dokumen Strategi Keberlanjutan IOC dimana dalam dokumen tersebut dijabarkan bahwa strategi keberlanjutan IOC dibagi dalam tiga bidang tanggung jawab (IOC sebagai organisasi, IOC sebagai pemilik dari Olimpiade dan IOC sebagai pemimpin dari gerakan Olimpiade) dan lima area fokus (Infrastruktur dan situs alam, sumber daya dan manajemen sumber daya, mobilitas, tenaga kerja serta iklim).

Sementara itu, IOC juga mengamandemen piagamnya dengan memasukkan isu diskriminasi berbasis gender untuk mengatur struktur organisasi, pengadaan jenis acara dan olahraga yang dipertandingkan agar dapat lebih memperhatikan eksistensi perempuan. Kemudian, dalam *Olympic Agenda 2020* tepatnya pada rekomendasi 11 juga dijelaskan bahwa IOC bekerja sama dengan federasi-federasi cabang olahraga dan pengadaan lebih banyak kelas *mixed* gender untuk menciptakan lebih banyak partisipasi atlet perempuan.

Kepentingan Prancis Terhadap Perhelatan Olimpiade Paris 2024

Prancis dihadapkan pada beberapa dinamika dan tantangan dalam menyelenggarakan Olimpiade Paris 2024. Tantangan tersebut antara lain berupa isu

keamanan, terror, lingkungan dan adanya ancaman pemogokan kerja dari para buruh. Namun, terlepas dari segala tantangan dan dinamika yang dihadapi Prancis menunjukkan komitmen besar untuk menyelenggarakan Olimpiade Paris 2024. Komitmen ini tercermin pada kepentingan nasional Prancis dalam menyelenggarakan Olimpiade. Melansir dari Dokumen Pencalonan Kandidat, Prancis memiliki kepentingan dalam Olimpiade 2024 untuk menunjukkan komitmennya dalam hal keberlanjutan dan kesetaraan (*Candidature File Phase 1*, 2017).

Selain itu, Prancis juga secara aktif menunjukkan semangatnya sebagai pionir negara berkelanjutan dengan mempromosikan implementasi dari *Paris Agreement* dan mencapai netralitas karbon sebagai prioritas diplomatiknya (*Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères*, 2020). Prancis yang memiliki semboyan nasional *Égalité* juga secara jelas menunjukkan dukungannya pada *Gender Action Plan II* sebagai komitmen atas nilai kesetaraan dalam tindakan eksternalnya (*French Ministry for Europe and Foreign Affairs*, 2018). Dengan adanya kesamaan nilai antara Prancis dan IOC, maka IOC pun tanpa ragu memilih Prancis sebagai tuan rumah Olimpiade musim panas ke-33. Hal ini dikarenakan semua kepentingan nasional yang dimiliki Prancis dalam penyelenggaraan Olimpiade Paris 2024 sejalan dengan nilai dan cita-cita yang dianut IOC sebagai sebuah organisasi yang menaungi Gerakan Olimpiade.

Olimpiade Paris 2024 sebagai media Diplomasi Publik Prancis

Seperti yang telah dijabarkan, strategi-strategi Prancis dalam diplomasi publiknya melalui Olimpiade Paris 2024 dimulai dengan *news management*. Pada strategi ini Prancis bekerja sama dengan OBS (*Olympic Broadcasting Services*). Untuk menerapkan nilai keberlanjutan dalam operasinya, OBS menerapkan sistem *More with Less* dimana sistem ini termasuk pemakaian ulang materi konten suatu pertandingan ke pertandingan lainnya, pengurangan persyaratan siaran di lokasi pertandingan serta menawarkan lebih banyak konten siap siar dan solusi jarak jauh yang memungkinkan *Media Rights Holder* (MRH) untuk mengurangi jejak karbon di kota tuan rumah dan mengoptimalkan operasi siaran mereka. Dengan menerapkan sistem ini OBS berhasil melakukan penghematan biaya secara signifikan dan berhasil menghasilkan sistem siaran yang memakai konsep berkelanjutan.

Penerapan sistem tersebut juga berhasil mengurangi ruang di *International Broadcasting Centre* (IBC) sebanyak 10% dari Olimpiade Tokyo 2020 dan 25% dari Olimpiade Rio 2016. Lalu terdapat juga pengurangan pada ruang kompleks venue sebesar 11% dari Olimpiade Tokyo dan 20% dari Olimpiade Rio. Kebutuhan daya penyiaran di lokasi pertandingan juga berkurang sebanyak 29% dari Olimpiade Tokyo dan 46% dari Olimpiade Rio. Serta terdapat pengurangan di daya untuk beban teknis siaran yang disediakan OCOG (*Organizing Committee for the Olympic Games*) untuk IBC sebesar 44% dari Olimpiade Tokyo dan 72% dari Olimpiade Rio (*IOC Marketing Media Guides, 2024*).

Persentase Liputan Olimpiade Paris 2024

NBC Primetime Olympic Athlete Coverage FiveRingTV.Com			
Date	Men	Women	Mixed Sex
Total After 17 Nights	47.04%	51.12%	1.84%

Sumber gambar: <https://fiveringtv.com/2024/08/12/womens-sports-lead-nbcs-primetime-olympic-broadcast-television-coverage-again/>

Dalam bidang kesetaraan, OBS secara internal melakukan pelatihan pada 70 operator kamera dan pelatihan penyiaran berita pada 1.200 pelajar dimana 57% diantaranya adalah perempuan. OBS juga menerapkan satu kebijakan penting terkait siaran yang berkeadilan dengan memindahkan jam tayang kelas pertandingan kelas perempuan ke jam-jam ramai guna memberikan sorotan lebih banyak pada atlet perempuan. Hal ini meliputi pemindahan kelas final marathon perempuan pada hari terakhir pelaksanaan Olimpiade dimana hal ini dinilai cukup radikal karena biasanya hari terakhir Olimpiade diberlakukan untuk kelas final maraton laki-laki. Selain itu, pertandingan kelas perempuan juga menerima lebih banyak liputan di waktu ramai dengan persentase 51,12% liputan berbanding dengan 47,04% untuk liputan kelas laki-laki dan 1,84% untuk liputan di kelas campuran.

Metode kedua yakni *strategic communications* yang merupakan sebuah agenda untuk membuat dan mempromosikan pesan-pesan strategis dari suatu negara. Pada Olimpiade Paris 2024 pemerintah Prancis melakukan berbagai upaya pembentukan pesan strategis dan kampanye untuk membentuk citra Prancis

sebagai negara yang sangat memperhatikan nilai-nilai keberlanjutan dan kesetaraan. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari diplomasi publik Prancis pada masyarakat dunia. Upaya-upaya tersebut dilakukan melalui pembuatan materi dan tema kampanye untuk Olimpiade Paris 2024. Materi kampanye akan meliputi tema, logo, dan warna yang dipilih pemerintah Prancis untuk menyampaikan pesan diplomatiknya lewat Olimpiade Paris 2024.

Pemerintah Prancis memilih “*Ouvrons Grand les Jeux*” yang berarti “Pertandingan Terbuka Lebar” untuk tema Olimpiade Paris 2024. Tema ini dinilai sempurna untuk menyuarakan kesetaraan antar individu, inklusivitas dan seruan untuk berhenti melihat perbedaan sebagai hambatan. Semua atlet yang bertanding adalah setara, baik atlet non-disabilitas dan atlet penyandang disabilitas, baik atlet laki-laki maupun atlet perempuan. Hal ini juga sejalan dengan fakta bahwa Olimpiade Paris 2024 menjadi Olimpiade pertama yang mencapai paritas gender dalam sejarah setelah 128 tahun berdirinya Olimpiade modern. Tak hanya dalam hal gender paritas dan inklusivitas, tema yang dipilih turut menyuarakan keberlanjutan dan isu lingkungan. Hal ini diutarakan oleh Georgina Grenon sebagai Direktur Keberlanjutan Paris 2024 yang menyatakan bahwa slogan yang dipilih pemerintah Prancis ini juga berarti keterbukaan diri dalam menghadapi tantangan lingkungan dan iklim yang besar di zaman ini (Paris 2024 *Sustainability & Legacy Pre-Games Report*, 2024).

Logo Olimpiade Paris 2024



Sumber gambar: <https://www.olympics.com/en/olympic-games/paris-2024/logo-design>

Setelah melakukan pemilihan tema, pemerintah Prancis juga melakukan pemilihan logo yang tersusun dari berbagai elemen. Elemen pertama merupakan medali emas yang melambangkan perjuangan para atlet dalam meraih kemenangan dan melampaui kemampuan mereka. Hal ini terinspirasi dari banyaknya atlet yang berhasil memecahkan rekor dunia di setiap seri Olimpiade. Lalu, api Olimpiade

melambangkan keberanian dalam menggelar Olimpiade untuk menghadapi tantangan yang dihadapi sekarang, termasuk di dalamnya tantangan akan krisis iklim di era modern ini. Terakhir, Marianne yang merupakan personifikasi dari Republik Prancis yang digambarkan dengan sosok perempuan melambangkan kesetaraan, humanisme, persaudaraan dan sifat dermawan (*International Olympic Committee*, 2024).

Warna Resmi Olimpiade Paris 2024



Sumber gambar: Sumber gambar: <https://press.paris2024.org/assets/paris-2024-unveils-its-official-look-pdf-cc19-7578a.html>

Pemerintah Prancis resmi memilih warna biru, merah muda, hijau, putih dan emas dengan gaya pastel sebagai warna resmi dari Olimpiade Paris 2024. Warna-warna ini dipilih karena dianggap mewakili budaya dan visi kontemporer dari Prancis yang membangkitkan rasa anggun, optimisme, semangat serta kegembiraan. Tiap-tiap warna yang dipilih pun merepresentasikan nilai-nilai yang berbeda. Warna biru melambangkan Prancis secara keseluruhan, warna merah muda mewakili modernitas, inklusivitas dan mempromosikan kesetaraan gender. Warna hijau mengasosiasikan lingkungan dan nilai-nilai keberlanjutan dan merefleksikan pentingnya kesadaran lingkungan. Lalu, warna ungu menggambarkan kreativitas dan kemewahan serta inovasi (*amazoncolours*, 2024).

Dengan adanya tiga materi dari kampanye publikasi yang dilakukan pemerintah Prancis, Prancis berusaha mengekspresikan pesan-pesan strategis yang mereka miliki. Dimulai dari tema yang menyerukan kesetaraan, inklusivitas dan keterbukaan pada tantangan iklim masa kini, lalu dengan pemilihan logo dan warna yang juga memiliki nilai serupa. Pesan-pesan tersebut bertujuan untuk menunjukkan peran kepemimpinan Prancis pada masyarakat dunia dalam hal keberlanjutan dan kesetaraan. Setelah menentukan materi kampanye, untuk menarik lebih banyak

audiens dibutuhkan langkah-langkah dalam mengampanyekan pesan-pesan strategis yang sudah dibuat. Hal ini bisa dilakukan melalui kampanye domestik untuk menjangkau audiens dalam negeri maupun kampanye internasional untuk menjangkau audiens yang lebih banyak.

Setelah melakukan pemilihan materi kampanye, pemerintah Prancis mengadakan kampanye secara domestik lewat sebuah program yang diberi nama "*Terre de Jeux 2024*" yang berarti "Tanah Pertandingan 2024". Program ini merupakan pemberian label pada pemerintah daerah dan organisasi olahraga dalam komitmen mereka mempromosikan Olimpiade. Salah satu program utama dari *Terre de Jeux 2024* adalah sebuah kampanye khusus berbentuk program yang diberi nama "*Demain avec Elles*". Program ini dibuat untuk membantu anak-anak perempuan menemukan dan berpartisipasi di olahraga yang mereka suka. Hal ini bertujuan untuk memfasilitasi anak-anak perempuan agar terlibat di lebih banyak aktifitas fisik dan mempromosikan gaya hidup sehat. Hal ini juga dilakukan untuk meningkatkan partisipasi atlet perempuan di masa mendatang sebagai implementasi nilai kesetaraan.

Desain Obor Olimpiade Paris 2024

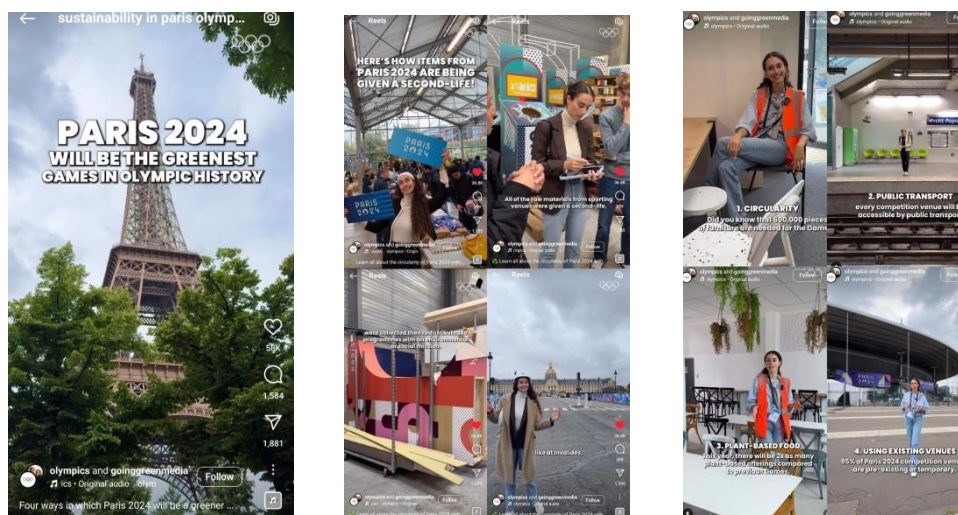


Sumber gambar: <https://www.designweek.co.uk/issues/24-july-28-july/paris-2024-olympic-torch-design/>

Tidak hanya *Terre de Jeux 2024*, Prancis juga mengadakan Estafet Obor Olimpiade yang telah menjadi tradisi sejak Olimpiade Berlin 1936. Sesuai tradisinya, obor pertama kali dinyalakan di Olympia, Yunani lalu diberangkatkan menyeberangi Laut Mediterania sebelum akhirnya sampai di Prancis. Dengan menempuh jarak 17.000 kilometer melewati 450 kota di 65 wilayah obor ini kemudian sampai di Paris tepat pada tanggal 26 Juli 2024. Obor ini pun turut memasukkan nilai keberlanjutan dan kesetaraan dimana nilai keberlanjutan dapat ditemukan dalam proses pembuatan obor yang menggunakan 100% baja daur ulang asli. Selain itu, terdapat pula penurunan produksi obor yang signifikan yakni hanya sebanyak 2.000 obor

dibandingkan dengan Olimpiade Tokyo yang memproduksi sebanyak 12.000 obor. Produksi kuantitas obor yang menurun ini merupakan salah satu upaya pemerintah Prancis untuk mengurangi emisi karbon. Hal ini disampaikan langsung oleh Presiden Penyelenggara Paris 2024 Tony Estanguet pada awak media. Sementara itu, nilai kesetaraan terdapat pada desain obor yang dibuat simetris baik secara vertikal maupun horizontal melambangkan kesetaraan kuantitas antara laki-laki dan perempuan. Setelah melakukan kampanye secara domestik, pemerintah Prancis juga melakukan kampanye secara internasional yang dilakukan melalui sosial media. Pemerintah Prancis membuat sebuah portal resmi Olimpiade Paris 2024 yang dapat dengan mudah diakses melalui tautan berikut info.gouv.fr. Dalam portal tersebut, tersaji segala hal tentang Olimpiade Paris 2024 termasuk persiapan, organisasi yang terlibat dan berbagai macam aspek acara lainnya. Portal ini juga memiliki fungsi sebagai kampanye dan pusat informasi yang dibuat pemerintah Prancis untuk transparansi publik.

Konten Kampanye di Sosial Media Instagram @olympics

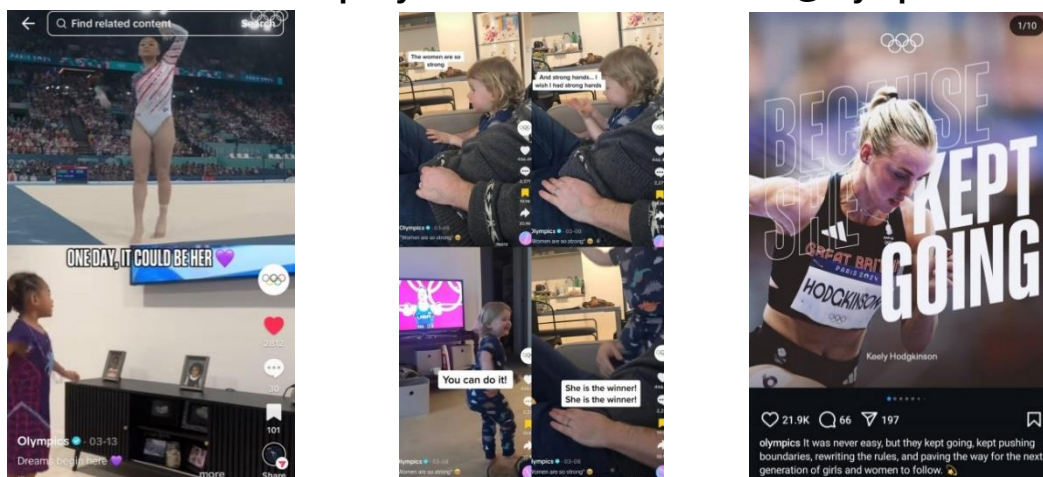


Sumber gambar: Instagram.com

Selain membuat sebuah portal, pemerintah Prancis juga memanfaatkan platform Instagram dan TikTok untuk menarik lebih banyak audiens dari berbagai penjuru dunia. Melalui dua platform ini pula pemerintah Prancis melakukan kampanye-kampanye terkait nilai keberlanjutan dan kesetaraan. Terhitung per tanggal 8 Agustus akun Instagram Olimpiade Paris @Paris2024 memiliki 7,6 juta pengikut. Akun Instagram resmi ini bahkan mencapai 35,7 juta interaksi yang menyumbang 80% dari total keterlibatan penggemar di semua saluran Olimpiade

Paris 2024 dan mencapai 115 juta penayangan di 57 video dengan rata-rata 2 juta penayangan per unggahan (Blinkfire, 2024). Sayangnya, IOC memilih untuk menghapus akun Instagram Paris 2024 untuk mengintegrasikan dokumentasi Olimpiade Paris 2024 ke satu akun saja, yakni akun Instagram resmi dari IOC; @olympics. Untuk itu, akun Instagram resmi Olimpiade per 2025 memiliki total 14,6 juta pengikut.

Konten Kampanye di Sosial Media TikTok @olympics



Sumber gambar: TikTok.com

Sementara itu, pemerintah Prancis juga membuat sebuah akun TikTok dengan nama pengguna @jeuxolympiques yang memiliki pengikut sejumlah 2,2 juta (per 2025). Sama seperti Instagram, akun resmi TikTok Olimpiade Paris 2024 juga memiliki capaian yang besar dengan 5,7 interaksi di 176 unggahan dengan rata-rata 32,8 ribu interaksi per unggahan. Dengan adanya eksposur yang sangat besar dari sosial media, pemerintah Prancis menjadi sangat diuntungkan. Hal ini dikarenakan jutaan orang telah mengonsumsi konten yang diunggah sehingga dapat disimpulkan ada semakin banyak orang yang menonton dan mengikuti perjalanan Olimpiade Paris 2024. Dengan demikian, tujuan diplomasi publik Prancis untuk menunjukkan peran kepemimpinannya dalam isu-isu yang dibawa bisa semakin mudah tercapai.

Setelah melakukan upaya manajemen berita dan kampanye, pemerintah Prancis juga melakukan metode *relationship building* yakni pembentukan relasi dengan berbagai macam pihak yang terlibat. Pada metode ini Prancis melakukan dua kerja sama penting yakni melakukan kerja sama dengan Pemerintah Senegal dan *World Wildlife Fund* (WWF). Prancis dan Senegal memiliki fokus kerja sama

untuk membantu Senegal dalam penyelenggaraan *Youth Olympic Games* atau Olimpiade Remaja yang akan dilaksanakan di Dakar pada 2026 kelak. Kerja sama ini dilakukan agar Senegal dapat menyelenggarakan Olimpiade yang turut mengusung konsep keberlanjutan dan kesetaraan seperti yang telah dilakukan Prancis sebelumnya. Terlebih karena Senegal merupakan negara Afrika pertama yang berkesempatan menjadi tuan rumah Olimpiade, maka diharapkan hal ini juga bisa menjadi *influence* untuk negara-negara Afrika lainnya. Kerja sama ini meliputi bantuan finansial, bantuan terhadap Tim Nasional Tenis Senegal dan terbitnya sebuah *policy paper* berjudul "*Paris 2024, Dakar 2026 and Beyond: Building Sustainable Olympism*". Dalam *policy paper* tersebut, diuraikan segala tantangan dan pemberian wawasan tentang pengadaan Olimpiade yang berkelanjutan agar bisa diterapkan dengan baik di Olimpiade Dakar.

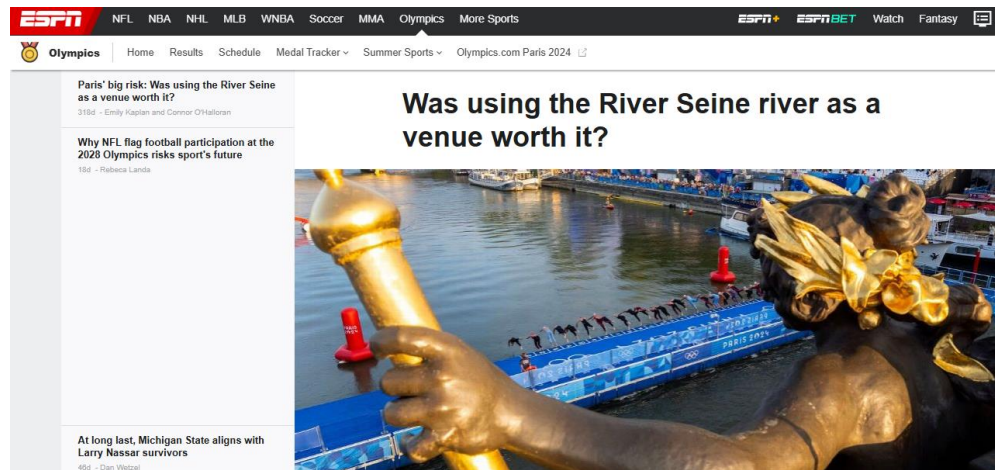
Selain itu untuk mewujudkan Olimpiade yang berkelanjutan, pemerintah Prancis melakukan kerjasama dengan WWF dengan menerbitkan Piagam Nasional pada tahun 2016 lalu. Piagam tersebut akan menjadi panduan Prancis dalam membuat kebijakan terkait Olimpiade baik dari masa perencanaan, persiapan, perhelatan hingga pasca pertandingan. Dalam piagam tersebut juga terdapat 15 komitmen antara kedua pihak yang disesuaikan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDG) yang dibuat oleh PBB. Selain Piagam Nasional ini, WWF juga mengunggah sebuah dokumen khusus untuk dijadikan panduan oleh pemerintah Prancis. Dalam dokumen tersebut terdapat 80 rekomendasi yang cakupannya meliputi prinsip-prinsip seperti energi, pengelolaan limbah, mobilitas berkelanjutan, pangan lokal dan berkelanjutan, material lokal dan berkelanjutan, konservasi sumber daya air, memperhatikan habitat alami & satwa liar, pelestarian budaya, pengembangan ekonomi sirkular serta peningkatan kualitas hidup di perkotaan (WWF, 2016).



Sumber gambar: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10455752.2025.2464556>

Berdasarkan strategi-strategi yang telah dilakukan Prancis, muncul berbagai macam opini publik. Sebagian tanggapan publik berupa argumen pro dan sebagian lainnya berupa argumen kontra. Penulis akan menyajikan beberapa ulasan artikel dan komentar dari sosial media yang memuat opini-opini publik. Artikel pertama merupakan karya Jules Boykoff yang berjudul *“Greenwash Gold?: The Paris 2024 Olympics”* pada artikel ini dijelaskan bahwa terdapat keluhan dari seorang atlet selancar asal Jepang bernama Kanoa Igarashi yang memprotes pembangunan menara aluminium di Teahupo'o, Tahiti sebagai venue olahraga selancar. Pembangunan ini dinilai tidak memperhatikan ekosistem laut karena dampaknya yang bersifat destruktif pada terumbu karang dan lingkungan penduduk setempat. Pembangunan ini kemudian membuat terciptanya suatu petisi daring untuk menolak pembangunan yang ditandatangani lebih dari 275.000 orang (Boykoff, 2025). Boykoff juga berpendapat bahwa jika Olimpiade ingin mewujudkan ambisinya untuk menurunkan jejak emisinya sesuai dengan *Paris Agreement* maka Olimpiade harus mengurangi skalanya, membatasi jumlah penggemar luring dan menghijaukan seluruh rantai pasokannya dan melakukan transparansi publik, jika tidak mengaplikasikan hal-hal tersebut maka Olimpiade hanya akan menjadi *Greenwashing*.

Opini Publik tentang Olimpiade Paris 2024



Sumber gambar: https://www.espn.com/olympics/story/_/id/40765032/river-seine-venue-paris-olympics-controversy

Artikel kedua merupakan sebuah artikel dari ESPN yang menyoroti pemakaian Sungai Seine sebagai venue Olimpiade untuk beberapa cabang olahraga.

Pemakaian Sungai ini menimbulkan kontroversi karena kualitas airnya yang dianggap tidak cukup baik untuk dijadikan sebuah venue olahraga. Pemerintah Prancis menanggapi opini publik ini dengan menjelaskan bahwa pemakaian Sungai Seine merupakan salah satu proyek keberlanjutan Prancis sedari awal masa *bidding* dan aktivitas restorasi sungai juga sudah dilakukan dengan baik. Namun pandangan kontra dari publik semakin mencuat dikarenakan adanya hujan deras yang melanda Paris saat perhelatan Olimpiade. Kekhawatiran ini muncul karena adanya resiko peningkatan bakteri *Escherichia Coli* (E.Coli) (ESPN, 2024).

Sementara itu, melansir dari *Women's Sports Foundation* dijelaskan bahwa capaian paritas gender di Olimpiade Paris 2024 merupakan capaian yang sangat penting. Namun hal tersebut masih belum cukup untuk dijadikan pedoman dari paritas gender dalam dunia olahraga karena masih banyaknya ketimpangan dalam terutama pada kuantitas staf, pelatih dan pejabat perempuan. Artikel ini juga mengungkapkan bahwa fenomena bias gender dalam dunia olahraga merupakan permasalahan sistemik (*Women's Sports Foundation*, 2024).

Opini Publik tentang Olimpiade Paris 2024



Sumber gambar:

<https://www.instagram.com/reel/C9zVTuOCLMb/?igsh=MTJJaTU4OW1tYTdrbQ==>

Terdapat pula beberapa reaksi positif dari kampanye internasional yang dilakukan Prancis melalui sosial media Instagram dengan akun @olympics. Pada beberapa komentar dapat dilihat antusiasme publik terhadap perhelatan Olimpiade. Antusiasme dan apresiasi dari publik ini tentu saja menjadi hal yang menguntungkan bagi Prancis.

4. KESIMPULAN

Pada 13 September 2017 lalu, Prancis secara resmi terpilih menjadi tuan rumah Olimpiade musim panas yang ke-33. Pemilihan ini menandakan kali ketiga Prancis ditunjuk menjadi tuan rumah ajang olahraga empat tahunan tersebut. Prancis yang membawa konsep keberlanjutan dalam proses penawarannya ditunjuk bersamaan dengan Los Angeles, Amerika Serikat yang membawa konsep serupa. Kedua negara dan IOC kemudian sepakat untuk diberikan kesempatan menjadi tuan rumah secara bergantian.

Prancis sebagai negara yang sangat serius dalam menanggapi isu keberlanjutan dan kesetaraan ingin menunjukkan komitmennya sebagai pionir dalam dua hal tersebut di Olimpiade Paris 2024 yang juga merupakan bagian dari diplomasinya. Prancis pun menetapkan target ambisius yakni mengurangi setengah jejak karbon yang dihasilkan dari Olimpiade London dan Olimpiade Rio. Dengan

kemampuannya, Prancis berhasil mencapai target tersebut dengan menghasilkan jejak karbon sebanyak 1,59 juta ton setara CO². Selain itu, Olimpiade Paris 2024 berhasil menjadi Olimpiade pertama yang mencapai paritas gender.

Selain itu, untuk mencapai tujuan diplomasinya Prancis melakukan tiga metode yakni *news management* yang merupakan manajemen berita sehari-hari yang dilakukan dengan kerjasama dengan OBS. Lalu, metode kedua adalah *strategic communications* yang merupakan strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan representatif terhadap negara dengan singkat dan mudah dipahami. Metode terakhir adalah *relationship building* yang merupakan upaya pembangunan relasi dengan pihak-pihak terlibat. Melalui strategi-strategi yang telah dilakukan ini, tercipta beragam reaksi dari publik. Beberapa media, penggemar, pengunjung bahkan warga lokal Paris merasa Olimpiade kali ini belum berhasil menerapkan konsep keberlanjutan secara baik, namun tak sedikit pula yang memberikan respon baik dan menganggap Olimpiade Paris merupakan Olimpiade paling berkelanjutan dan setara sepanjang sejarah berdirinya Olimpiade modern.

REFERENSI

- Barbero, M. (2024) *France's Quest for Olympic Glory* [daring]. Tersedia di: <https://foreignpolicy.com/2024/08/23/paris-2024-olympics-france-macron-medals-sports-marchand-wembanyama/>
- BBC. (2017) *100 Women: Do the Olympics have a gender gap?* [daring]. Tersedia di: <https://www.bbc.com/news/world-41272613>
- BBC. (2024) *How is France preparing for the Olympics and Paralympics?* [daring]. Tersedia di: <https://www.bbc.com/news/world-europe-68018536>
- Berkeley, Geoff. (2022) *IOC aiming to avoid "white elephants" with call for no news Olympic venues* [daring]. Tersedia di: <https://www.insidethegames.biz/articles/1123963/ioc-aiming-to-avoid-white-elephants>
- Binder, Julia. (2024) *Paris 2024: The 'greenest ever games' has set a new standard for global events* [daring]. Tersedia di: <https://www.imd.org/ibyimd/sustainability/paris-2024-the-greenest-ever-games-has-set-a-new-standard-for-global-events/#:~:text=The%20%2C000%2Dseat%20venue%20was,continues%20to%20benefit%20the%20community.>
- CFI. (2024) *Media Coverage of the Olympic Games without borders with Paris Medias 2024* [daring]. Tersedia di: <https://cfi.fr/en/media-coverage-olympic-games-without-borders-paris-medias->

2024#:~:text=The%20latter%20suffer%20from%20under,journalists%20from%20their%20own%20countries.

CIRCULAR ECONOMY ALLIANCE. (2024) *The Sustainability of 2024 Paris Olympics: A New Era in Sports Events* [daring]. Tersedia di: <https://circulareconomyalliance.com/cea-articles/the-sustainability-of-the-2024-paris-olympics-a-new-era-in-sports-events/#:~:text=Legacy%20and%20Long%2DTerm%20Impact,a%20triumph%20of%20sustainable%20innovation>

Collins, M. (2024) *Paris 2024 Seeks to Reduce Carbon Emissions by 1.75 Million Tons* [daring]. Tersedia di: <https://www.environmentenergyleader.com/stories/paris-2024-seeks-to-reduce-carbon-emissions-by-175-million-tons,44905#:~:text=Paris%20Ambitious%20Carbon%20Footprint%20Goal,1.75%20million%20tons%20of%20CO2>

Connecting the Region. (2024) *Olympic Legacy: Paris 2024 Vision* [daring]. Tersedia di: <https://connectingregion.com/interview/etienne-thobois-paris-2024-ceo-olympics-legacy-paris-2024-vision/>

Council of Europe. (2024) *Promoting Gender Equality in and Through Sport: The European Sports Charter and the Olympic Charter* [daring]. Tersedia di: [https://www.coe.int/en/web/sport/-/promoting-gender-equality-in-and-through-sport-the-european-sports-charter-and-the-olympic-charter#:~:text=The%20Olympic%20Charter%20\(Article%202,equality%20of%20men%20and%20women.%E2%80%9D](https://www.coe.int/en/web/sport/-/promoting-gender-equality-in-and-through-sport-the-european-sports-charter-and-the-olympic-charter#:~:text=The%20Olympic%20Charter%20(Article%202,equality%20of%20men%20and%20women.%E2%80%9D)

Dubinsky, Y. *Analyzing the Roles of Country Image, Nation Branding, and Public Diplomacy through the Evolution of the Modern Olympic Movement*. Pp.27-37 [daring]. Tersedia di: https://www.researchgate.net/publication/337815011_Analyzing_the_Roles_of_Country_Image_Nation_Branding_and_Public_Diplomacy_through_the_Evolution_of_the_Modern_Olympic_Movement

Dubinsky, Y. (2022) *Sport Tech Diplomacy at the Tokyo 2020 Olympic Games*.
Figueroa Press: Los Angeles

Dzulfiqar (2023) *DIPLOMASI PUBLIK JEPANG DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN PARIWISATA ASING MELALUI PENYELENGGARAAN OLIMPIADE TOKYO 2020*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. UPN Veteran Jakarta

Edwards, A. (2024) *How Paris 2024 became the first gender-equal games in Olympic history* [daring]. Tersedia di: <https://www.brabners.com/insights/sport/how-paris-2024-became-the-first-gender-equal-games-in-olympic-history>

France Diplomacy (2017) *2030 Agenda for Sustainable Development: How is France Doing?* (May 2017) [daring] Tersedia di:
<https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/development-assistance/the-2030-development-agenda/article/2030-agenda-for-sustainable-development-how-is-france-doing-may-2017>

- FRENCH MINISTRY FOR EUROPE AND FOREIGN AFFAIRS (2018) *FRANCE'S INTERNATIONAL STRATEGY ON GENDER EQUALITY (2018-2022)* [daring]. Tersedia di: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/meae_strategie_-_en_cle076525.pdf
- Forbes. (2024) *5 Innovative Ways The Paris 2024 Olympic Games Are Going Green* [daring]. Tersedia di: <https://www.forbes.com/sites/clairepoolesp/2024/07/19/five-innovative-ways-the-paris-2024-olympics-are-going-green/>
- GOUVERNEMENT. (2024) *Why host the 2024 Olympic and Paralympic Games in Paris* [daring]. Tersedia di: <https://www.info.gouv.fr/grand-dossier/paris-2024-olympic-and-paralympic-games/why-host-the-2024-olympics-in-paris#:~:text=By%20hosting%20these%20iconic%20Games,defined%20by%207%20key%20aspects>
- Houston, M. (2024) *Senegal NOC to receive French Government agency funds to aid Youth Olympic preparations* [daring]. Tersedia di: <https://www.insidethegames.biz/articles/1100048/dakar-2026-senegal-noc-france#:~:text=The%20Senegalese%20National%20Olympic%20and%20Sports%20Committee,for%20the%20Dakar%202026%20Youth%20Olympic%20Games>
- International Olympic Committee. (2024) *FACTSHEET Electing Olympic hosts* [daring]. Tersedia di: <https://stillmed.olympics.com/media/Documents/Olympic-Games/Future-Host/Factsheet-Electing-Olympic-hosts.pdf>
- International Olympic Committee. (2024) *FACTSHEET Women in the Olympic Movement* [daring]. Tersedia di: https://stillmed.olympics.com/media/Documents/Olympic-Movement/Factsheets/Women-in-the-Olympic-Movement.pdf#_ga=2.196242796.1387851327.1545035637-2118090758.1543323217
- International Olympic Committee. (2024) *IOC MARKETING REPORTS* [daring]. Tersedia di: <https://stillmed.olympics.com/media/Documents/Olympic-Movement/Partners/IOC-Marketing-Report-Paris-2024.pdf>
- International Olympic Committee. (2021) *IOC paves a way for a more sustainable, gender-equal and inclusive Olympic Movement* [daring]. Tersedia di: <https://www.olympics.com/ioc/news/ioc-lays-the-path-for-a-more-sustainable-gender-equal-and-inclusive-olympic-movement>
- International Olympic Committee. (2017) *IOC Sustainability Strategy* [daring]. Tersedia di: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Factsheets-Reference-Documents/Sustainability/IOC-Sustainability-Strategy-Exec-Summary.pdf>
- International Olympic Committee. (2017) *IOC Sustainability Strategy* [daring]. Tersedia di:

- <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Factsheets-Reference-Documents/Sustainability/IOC-Sustainability-Strategy-Exec-Summary.pdf>
- International Olympic Committee. (2017) *Legacy Strategic Approach* [daring]. Tersedia di: https://stillmed.olympics.com/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Olympic-Legacy/IOC_Legacy_Strategy_Full_version.pdf
- International Olympic Committee. (2014) *OLYMPIC AGENDA 2020 CONTEXT AND BACKGROUND* [daring]. Tersedia di: <https://stillmed.olympics.com/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Olympic-Agenda-2020/Olympic-Agenda-2020-Context-and-Background.pdf>
- International Olympic Committee. (2025) *OLYMPIC CHARTER* [daring]. Tersedia di: <https://stillmed.olympics.com/media/Documents/International-Olympic-Committee/IOC-Publications/EN-Olympic-Charter.pdf>
- International Olympic Committee. (20..) *OLYMPIC MOVEMENT'S AGENDA 21* [daring]. Tersedia di: <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Olympism-in-Action/Environment/Olympic-Movement-s-Agenda-21.pdf>
- International Olympic Committee. (2024) *Paris 2024 The Torch* [daring]. Tersedia di: <https://www.olympics.com/en/olympic-games/paris-2024/torch-relay>
- International Olympic Committee. (2024) *Paris 2024 games sports equipment and other assets get a second life* [daring]. Tersedia di: <https://www.olympics.com/ioc/news/paris-2024-games-sports-equipment-and-other-assets-get-a-second-life>
- International Olympic Committee. (2024) *Paris 2024 confirms over 50% carbon emission reduction* [daring]. Tersedia di: <https://www.olympics.com/ioc/news/paris-2024-report-confirms-over-50-carbon-emissions-reduction>
- International Olympic Committee. (2024) *Sustainability & Legacy Post-Games Report* [daring]. Tersedia di: [https://library.olympics.com/Default/search.aspx?SC=DEFAULT&QUERY=Identifier_idx%3a3532845+AND+sys_base%3a%22SYRACUSE%22&QUERY_LABEL=In+conjunction+with%3a+Sustainability+%26+legacy+post-Games+report#/Search/\(query:\(InitialSearch:lt,Page:0,PageRange:3,QueryString:'Identifier_idx:3532845%20AND%20sys_base:%22SYRACUSE%22',ResultSize:-1,ScenarioCode:DEFAULT,SearchContext:0,SearchLabel:'In%20conjunction%20with:%20Sustainability%20&%20legacy%20post-Games%20report'\)\)](https://library.olympics.com/Default/search.aspx?SC=DEFAULT&QUERY=Identifier_idx%3a3532845+AND+sys_base%3a%22SYRACUSE%22&QUERY_LABEL=In+conjunction+with%3a+Sustainability+%26+legacy+post-Games+report#/Search/(query:(InitialSearch:lt,Page:0,PageRange:3,QueryString:'Identifier_idx:3532845%20AND%20sys_base:%22SYRACUSE%22',ResultSize:-1,ScenarioCode:DEFAULT,SearchContext:0,SearchLabel:'In%20conjunction%20with:%20Sustainability%20&%20legacy%20post-Games%20report')))
- Leonard, M. (2002) *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre
- Nye, J. (2004) *SOFT POWER The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs
- Olympics. (2024) *GAMES WIDE OPEN* [daring]. Tersedia di: <https://olympics.com/en/paris-2024/information/games-wide-open>

- Olympics. (2024) *OLYMPIC CHARTER* [daring]. Tersedia di: <https://stillmed.olympics.com/media/Documents/International-Olympic-Committee/IOC-Publications/EN-Olympic-Charter.pdf>
- Olympics. (2024) *Study confirms significance of reducing global greenhouse gas emissions to protect the future of the Olympic Winter Games* [daring]. Tersedia di: <https://www.olympics.com/ioc/news/study-confirms-significance-of-reducing-global-greenhouse-gas-emissions-to-protect-the-future-of-the-olympic-winter-games>
- Olympics. (2020) *The environmentally friendly Games that transformed a city* [daring]. Tersedia di: <https://www.olympics.com/ioc/news/the-environmentally-friendly-games-that-transformed-a-city>
- Olympics. (2024) *Vision* [daring]. Tersedia di: <https://olympics.com/en/paris-2024/information/vision>
- Pambudi (2023) *DIPLOMASI BUDAYA QATAR MELALUI FIFA WORLD CUP 2022*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Malang
- Paris 2024. (2019) *Paris 2024 joins forces with Dakar 2022 in a new form of international cooperation* [daring]. Tersedia di: <https://press.paris2024.org/news/paris-2024-joins-forces-with-dakar-2022-in-a-new-form-of-international-cooperation-f083-7578a.html>
- Paris 2024. (2024) *Sustainability and Legacy Report* [daring]. Tersedia di: <https://alaturidevoi.ro/wp-content/uploads/2024/08/Paris2024-Sustainability-and-legacy-report.pdf>
- Redtorch. (2024) *Women-focused insight from the Paris 2024 Olympic Games* [daring]. Tersedia di: <https://redtorch.sport/wp-content/uploads/2024/11/Beautiful-Data-2024.pdf>
- SPORT NEW ZEALAND *Media and gender study: Paris 2024 Olympics and Paralympics* [daring]. Tersedia di: <https://sportnz.org.nz/about/news-and-media/news-updates/media-and-gender-study-paris-2024-olympics-and-paralympics/#:~:text=At%20the%20Paris%20Olympics%2C%2054,in%20size%2C%20or%20closing%20altogether>
- We Are Tech Women. (2024) *Paris 2024 a Green and Modern Olympic Vision* [daring]. Tersedia di: <https://wearetechwomen.com/paris-2024-a-green-and-modern-olympic-vision/>