

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	3
1.3. Tinjauan Pustaka	3
1.4. Kerangka Teoritis	10
1.4.1. Ontologi Sosial dalam Sistem Internasional	10
1.4.2. Anatomi Identitas: Korporat dan Sosial.....	11
1.4.3. Keamanan Ontologis dan Validasi Intersubjektif.....	12
1.4.4. Budaya Anarki Lockean.....	12
1.4.5. Mekanisme Sosialisasi dan Alter-Casting.....	13
1.5. Hipotesis	15
1.6. Metode Penelitian.....	15
1.7. Sistematika Penulisan	16
BAB II: KONSTRUKSI IDENTITAS ARAB SAUDI PRA-VISION 2030 ...	17
2.1. Identitas Korporat Tradisional: Islam dan Minyak	17
2.1.1. Pakta Sejarah: Konstitusi Teologis bagi "Jiwa"	18
2.1.2. Negara Rentier: Konstitusi Material bagi "Tubuh"	19
2.1.3. Keterbatasan Identitas Korporat: Sebuah Identitas Performatif	20
2.2. Identitas Sosial Pra-Vision 2030 (2016): Anakronisme dan Konservatisme dalam Sistem Internasional	21
2.2.1. Anakronisme Penting yang Diperlukan: Hubungan Lockean dengan Barat.....	22
2.2.2. Hegemon yang Konservatif: Identitas di Kawasan.....	23
2.2.3. Kerentanan Identitas Sosial Pra-Vision 2030	24

2.3. Krisis 2014: Ketidakamanan Ontologis	25
2.3.1. Runtuhnya Konstitusi Material: Krisis dalam "Tubuh"	25
2.3.2. Pergeseran Geopolitik: Revolusi Shale dan Amerika Serikat	26
2.3.3. Keretakan Demografis: Sebuah Identitas yang Terpecah	28
2.3.4. Rekonstruksi yang Mendesak	28

BAB III: PEMILIHAN STRATEGIS FORMULA 1: KATALIS KEAMANAN ONTOLOGIS DAN REKONSTRUKSI IDENTITAS ARAB SAUDI..... 30

3.1. Mengatasi Ketidakamanan Ontologis Melalui Rekonstruksi Identitas Modern.....	30
3.1.1. Landasan Material dan Ritualistik Bagi Identitas Baru	31
3.1.2. Formula 1 Sebagai Penanda Budaya Global: Menjembatani Disonansi Identitas	32
3.2. Mencari Status dan Hierarki: Pengakuan Negara-Negara dalam Geopolitik	34
3.2.1. Logika Sosial Formula 1: Klub Elit dan Alter-Casting.....	35
3.2.2. Peringkat, Kredibilitas, dan Status Negara “Kelas Satu”	37
3.2.3. Dinamika Regional dan Upaya untuk Mendapatkan Pengakuan Hegemonik	38
3.3. Membuka Keterlibatan Masyarakat sebagai Bentuk Sosialisasi dan Intersubjektif	38
3.3.1. Dinamika Keterlibatan Masyarakat dan Transformasi Dereifikasi	39
3.3.2. Enterprenir Norma dan Sosialisasi Internal Identitas Nasional	40
3.3.3. Glokalisasi dan Sakralisasi Bangsa	41
3.4. Menanggapi Tekanan Normatif Global	42
3.4.1. Tekanan Keberlanjutan dan Net-Zero: Dekarbonisasi dan Transisi Hijau.....	43
3.4.2. Tekanan Normatif Gender dan Hak Asasi Manusia	44
3.4.3. Dilema Normatif dan Pragmatisme Strategis	45
3.5. Perdebatan "Sportswashing": Kontestasi Identitas Arab Saudi dan Grand Prix-Nya.....	46
3.5.1. Sifat Intersubjektif Identitas dan Kegagalan Proyeksi Unilateral.....	46
3.5.2. Dinamika Kekuatan Lunak dan Pembungkahan Balik	47
3.5.3. Model Temporal dan Strategi Normalisasi.....	48

BAB IV: MEKANISME REKONSTRUKSI IDENTITAS ARAB SAUDI MELALUI FORMULA 1 GRAND PRIX: STATECRAFT DAN NARASI STRATEGIS	50
4.1. Siaran Narasi dan Visual Strategis: Membangun Kekuatan Lunak Lewat Tontonan Global.....	50
4.1.1. Membongkar Pandangan Orientalis	51
4.1.2. Menggeser Wacana Dari Minyak ke Digital	53
4.2. Enterprenir Norma dan Representasi Simbolis: Memberi Sinyal Perubahan Identitas	54
4.2.2. Menunjuk Agensi Performatif: Bukti Material Transformasi Identitas.....	55
4.2.3. Merangkul Validator Global: Melegitimasi Identitas Baru.....	56
4.3. Ritual Kepemilikan (Ritual of Belonging) yang Tersingkretisasi: Membangun Identitas Saudi yang Koheren.....	57
4.3.1. Menciptakan Kebenaran Intersubjektif Melalui Formula 1 Grand Prix	58
4.3.2. Menginstitusionalisasi Identitas Dengan Hari Libur Nasional.....	59
4.4. Strategi Speech Act: Merekonstruksi Wacana Masa Depan Arab Saudi ...	60
4.4.1. Memberikan Penamaan dan Branding yang Eksersitif dan Komisif ...	60
4.4.2. Menggunakan Slogan Sebagai Narasi Temporal dan Menolak Subordinasi Barat	62
4.4.3. Mereteritorialisasi Kekuasaan secara Diskursif.....	63
4.5. Statecraft Otoriter: Mengonstruksi Identitas Secara Top-Down.....	64
4.5.1. Menghapus Customer Relationship Management (CRM) dan Nation-Brand Tracking Studies: Mekanisme Pengendalian Narasi yang Otoriter	64
4.5.2. Meniadakan Diaspora Mobilization: Manajemen Risiko Pertentangan Identitas	65
4.5.3. Formula 1 Grand Prix Sebagai Wacana Eksklusif.....	66
BAB V: KESIMPULAN	68
BIBLIOGRAFI	74