

INTISARI

Berbagai negara berlomba-lomba untuk menjadi pemenang dari *bidding* tuan rumah ajang olahraga internasional, seperti Olimpiade dan Piala Dunia. Keadaan ini dipicu dengan kemunculan tren yang menunjukkan adanya perkembangan dari negara tuan rumah dalam beberapa sektor, terutama ekonomi, setelah menyelenggarakan *event* tersebut. Beberapa negara berkembang mendapat kesempatan untuk menjadi penyelenggara ajang olahraga, seperti Tiongkok, Afrika Selatan, Brazil, dan Yunani. Namun, tidak seluruh negara berkembang tersebut menunjukkan peningkatan ekonomi setelah menggelar ajang olahraga atau tidak sejalan dengan tren yang ada. Brazil serta Yunani bahkan belum dapat melunasi utang-utang yang berasal dari pembangunan infrastruktur untuk mendukung kelancaran penyelenggaraan ajang olahraga. Di sisi lain, Tiongkok dan Afrika Selatan menikmati keuntungan setelah menjadi tuan rumah perhelatan ini.

Skripsi ini akan menjelaskan faktor yang menyebabkan perbedaan keadaan dari negara berkembang yang menjadi tuan rumah ajang olahraga. Studi kasus yang diangkat adalah Piala Dunia 2010 di Afrika Selatan, Olimpiade 2008 di Tiongkok, Olimpiade 2016 di Brazil, dan Olimpiade 2004 di Yunani. Skripsi ini menggunakan konsep *nation branding* dengan mengomparasikan dampak dari penyelenggaraan acara tersebut bagi negara-negara tuan rumah yang menjadi studi kasus dalam karya ini. Skripsi akan menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengambil data dengan cara studi pustaka.

Kata Kunci: *nation branding*, ajang olahraga, Olimpiade, Piala Dunia, negara berkembang, pertumbuhan ekonomi.

ABSTRACT

Some countries in the world were tried to win the host bidding of international sporting events, such as World Cup and Olympics. This condition is triggered by the existing trend that points out the growth in some sectors, especially in the economy sector, of the sporting event's host countries after staging the event. Few developing countries have got the chance of hosting these events, such as China, South Africa, Brazil, and Greece. However, a number of these developing countries haven't gained the benefits of being the host of international sporting events or contradicting the existing trend. Brazil and Greece couldn't pay off their debt which is made from the increasing construction and preparation costs for their sporting events. On the other hand, China and South Africa enjoy some considerable advantages after successfully held the sporting events.

This thesis aims to explain the factor that contributes the difference in the condition of developing countries after hosting the international sporting event. It uses some events, such as 2010 World Cup in South Africa, 2008 Summer Olympics in China, 2016 Summer Olympics in Brazil, and 2004 Summer Olympics in Greece, as the objects of case study. It also utilizes the concept of nation branding as the framework of the research argument and comparing the effects of staging these sporting events for host nations in detail. The thesis will use qualitative research method and literature studies for data collection.

Keywords: *nation branding, sporting event, Olympics, World Cup, developing countries, economic growth*