

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iii
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I - PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Penelitian	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tinjauan Literatur	4
I.4 Landasan Konseptual	9
I.5 Argumentasi Utama	11
I.6 Metode Penelitian	11
I.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II - PENYELENGGARAAN AJANG OLAHRAGA DALAM EMPAT NEGARA	13
II.1 Persiapan Negara Penyelenggara Ajang Olahraga: Tiongkok dan Afrika Selatan	14
II.1.1 Tiongkok – Olimpiade 2008	15
II.1.2 Afrika Selatan – Piala Dunia 2010	17
II.2 Persiapan Negara Penyelenggaraan Ajang Olahraga: Yunani dan Brazil	19
II.2.1 Yunani – Olimpiade 2004	19
II.2.2 Brazil – Olimpiade 2016	21
BAB III - KOMPARASI NATION BRANDING DALAM NEGARA PENYELENGGARA AJANG OLAHRAGA	24
III.1 Analisis Penerapan <i>Nation Branding</i> oleh Penyelenggara Ajang Olahraga	26
III.1.1 Pemenuhan Portfolio: Internasional & Domestik	26
III.1.2 Pengawasan atau Monitoring terhadap Reputasi Negara	32
III.1.3 Kemunculan Persepsi dan Identitas Unik atas Negara	35
III.2 Dampak Strategi <i>Nation Branding</i> terhadap Negara Tuan Rumah Ajang Olahraga	38
III.3 Matriks Perbandingan Penerapan Strategi <i>Nation Branding</i> oleh Tiongkok, Afrika Selatan, Yunani, dan Brazil sebagai Penyelenggara Ajang Olahraga	42
BAB IV - KESIMPULAN	44
DAFTAR PUSTAKA	49