

RINGKASAN

E-Sport juga bisa diartikan sebagai olahraga secara digital yang terorganisir secara teratur dan juga memiliki sistematika strategi dan pelatihan khusus seperti olahraga pada umumnya. E- Sports dapat menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan budaya dan citra positif suatu negara di dunia internasional. Perkembangan E-Sports Indonesia juga semakin serius ketika Pengurus Besar E-Sport Indonesia (PBESI) diresmikan pada Januari 2020 yang diakui secara resmi oleh Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) dibawah Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia (Kemenpora).

Skripsi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data primer berupa wawancara dan sekunder yang diperoleh melalui studi literatur, jurnal, buku, dokumen resmi dan penelitian terdahulu yang membahas topik serupa, serta melalui internet base research. Teori yang digunakan dalam skripsi ini adalah Teori New Public Diplomacy yang digagas oleh Jan Mellisen dan Teori Nation Branding yang digagas oleh Simon Anholt.

Dalam skripsi ini dijelaskan mengenai bagaimana PBESI melalui program – program yang dilaksanakan dapat menciptakan citra positif Indonesia di mata masyarakat internasional pada tahun 2019 hingga tahun 2024. PBESI menjalankan fungsi aktor dalam New Public Diplomacy melalui peran sebagai lembaga yang mengatur, menaungi, dan membina E-Sport di Indonesia. Dalam upaya peningkatan citra positif Indonesia melalui E-Sport, PBESI menjalankan strategi Nation Branding melalui index poin yang dibagi menjadi beberapa aspek diantaranya adalah pemerintahan, masyarakat, ekspor, kebudayaan, pariwisata, serta investasi dan imigrasi. Dalam implementasinya, PBESI telah berhasil membentuk citra positif Indonesia khususnya dalam bidang E-Sport. Namun citra positif yang dimiliki oleh E-Sport Indonesia belum bisa membuka kerjasama antarnegara sebagai hasil dari New Public Diplomacy yang dilakukan namun kerjasama yang dilakukan sebagian besar dilakukan dengan perusahaan swasta dan publik asing.

Kata Kunci: E-Sports, New Public Diplomacy, Nation Branding, PBESI

SUMMARY

E-Sports can also be defined as digital sports that are organized regularly and also have systematic strategies and specialized training such as sports in general. E-Sports can become an effective tool to promote culture and positive image of a country in the international world.. The development of E-Sports in Indonesia also became more serious when the General Manager of E-sport Indonesia (PBESI) was formalized in January 2020, officially recognized by the Indonesian National Sports Committee (KONI) under the Ministry of Youth and Sports of the Republic of Indonesia. (Kemempora).

The thesis uses descriptive qualitative methods with primary data sources such as interviews and secondary data obtained through literary studies, journals, books, official documents and previous research on similar topics, as well as through internet base research. The theories used in this thesis are the New Public Diplomacy Theory initiated by Jan Mellisen and the Nation Branding theory initiated by Simon Anholt.

The thesis explains how PBESI through its programmes can create a positive image of Indonesia in the eyes of the international community in 2019-2024. PBESI acts as an actor in New Public Diplomacy through its role as an institution that regulates, encompasses, and builds E-Sports in Indonesia. In an effort to enhance the positive image of Indonesia through E-Sports, PBESI pursues the strategy of Nation Branding through index points that are divided into several aspects which are government, society, exports, culture, tourism, as well as investment and immigration. In its implementation, PBESI has succeeded in shaping a positive image of Indonesia in particular in the field of E-Sports. However, the positive image that e-Sport Indonesia possesses has not been able to open up international cooperation as a result of the New Public Diplomacy being carried out but the cooperation is mostly done with private and foreign public companies.

Keywords: E-Sports, New Public Diplomacy, Nation Branding, PBESI