

BAB IV

KESIMPULAN

Brazil the Marvellous Country atau ‘Brasil sebagai negara yang menakjubkan’ merupakan citra yang ingin diperkuat oleh pemerintah dan turut diupayakan melalui pelaksanaan Olimpiade Rio 2016. Berdasar “Korelasi/Proses Pembentukan Citra Negara” yang diperkenalkan oleh Ying Fan, hal tersebut sesuai dengan salah satu dari tiga konsep utama yang diyakini, yakni *Nation’s Identity* atau ‘Identitas Nasional’ yang didefinisikan sebagai: “Ciri khas suatu bangsa atau negara yang menjadi pusat dan karakteristik bangsa tersebut dan bersifat abadi. Mengacu pada suatu ikatan psikologis yang cenderung irasional namun dapat mengikat masyarakatnya.” Penelitian ini berupaya menjawab **“Bagaimana upaya diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Brasil untuk membentuk citra negara yang menakjubkan pada rangkaian penyelenggaraan Olimpiade Rio 2016?”**

Hasil dari penelitian yang dilakukan, pemerintah menerapkan kelima poin dari Taksonomi Diplomasi Publik yang diperkenalkan oleh Nicholas J. Cull, yakni: *Listening, Advocacy, Culture Diplomacy, Exchange Diplomacy* dan *International Broadcasting*. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah merupakan rangkaian yang berkesinambungan, dimulai sebelum Olimpiade Rio 2016 dilaksanakan, saat diselenggarakan, serta setelah olimpiade selesai. Upaya-upaya yang dilakukan misalnya dengan melakukan pemungutan suara dan wawancara, kampanye terkait isu lingkungan dan ajakan kerja sama, pengenalan dan

pertukaran kebudayaan, penyediaan fasilitas berupa informasi maupun infrastruktur pendukung (keamanan, kesehatan, dan pariwisata) untuk para wisatawan, kerja sama dengan WHO dan ahli kesehatan lainnya, hingga pemberitaan atau penyiaran internasional terkait keberhasilan Brasil sebagai tuan rumah Olimpiade Rio 2016.

Meski penelitian difokuskan pada audiens atau publik mancanegara, namun pada kenyataannya pemerintah tidak dapat meniadakan eksistensi publik domestik, mengingat setiap negara harus menyesuaikan citra yang ingin diupayakan dengan identitas, karakteristik dan keadaan pada realitas negaranya. Pun sebelum mengomunikasikan citra ke taraf internasional, prinsip diplomasi publik yang mengakui keberadaan dan melibatkan peran publik akan memperbesar kemungkinan keberhasilan pembentukan citra, karena negara bekerja sama dengan masyarakatnya. Brasil memanfaatkan olimpiade sebagai sarana membangun hubungan dengan publik mancanegara, terutama dengan memanfaatkan penyiaran internasional (baik yang berasal dari Brasil maupun memanfaatkan media olimpiade). Pemerintah berupaya menunjukkan kemegahan dan keberhasilan Brasil sebagai tuan rumah olimpiade, serta mengubah fokus publik ke arah yang lebih positif seperti keindahan alam, keragaman budaya, serta kepedulian Brasil terhadap isu-isu lingkungan dibandingkan dengan isu-isu negatif terkait pemerintahan, seperti korupsi Petrobras dan kesehatan maupun keamanan masyarakat, seperti penyebaran virus Zika.

Citra Brasil sebagai negara yang menakjubkan dapat dipandang secara umum dan dapat dikerucutkan menjadi citra lainnya, seperti yang sempat disinggung

bahwa melalui rangkaian Olimpiade Rio 2016 pemerintah Brasil berupaya membentuk citra: sebagai negara yang kuat dari segi ekonomi, berpartisipasi dalam *mega-events* dan dapat diandalkan, aman dari kasus kriminal masalah kesehatan terutama adanya virus Zika yang berpusat di Brasil. Meski begitu citra yang diupayakan Brasil cenderung kurang konsisten dan terlalu umum. Terbukti dengan adanya slogan-slogan yang dilayangkan seperti, '*Cidade Maravilhosa*', '*Viva Sua Paixão*', '*Um mundo novo*', '*Visit Brazil!*', '*Brazil is open for you!*', nilai-nilai 'Olympism' dan isu perubahan iklim sebagai tema upacara pembukaan. Pada dasarnya terlalu banyak citra yang dilayangkan bukanlah suatu hal yang negatif, contohnya Tiongkok melalui olimpiade tahun 2008, sayangnya Brasil kurang mampu memfokuskan strategi untuk mencapai citra yang diinginkan. Bahkan informasi terkait slogan-slogan tersebut cukup sulit untuk ditemukan pada media digital.

Terlepas dari hal-hal tersebut, pelaksanaan olimpiade sempat memberi sejumlah pengaruh, atau kerap disebut sebagai *Olympic Effect*, yang berkaitan dengan kepentingan negara seputar ekonomi, sosial dan lingkungan seperti: rata-rata peningkatan FDI tahun 2015-2018, peningkatan pariwisata dan ekspor Brasil tahun 2015-2016, adanya investasi dan warisan di bidang olahraga dan perbaikan infrastruktur seperti jalan raya, bangunan-bangunan, jembatan, pariwisata dan transportasi, meski sebagian kemudian mengalami kerusakan karena dana pembangunannya dikorupsi.

Terdapat suatu korelasi yang tidak dapat dipisahkan ketika membahas konsep *Soft Power*, Diplomasi Publik, serta *Nation Branding* atau pembentukan citra

positif negara. Citra atau kerap pula disebut sebagai *image* negara merupakan hal yang perlu diupayakan dan dijaga sebab merupakan bagian dari identitas negara. Hal tersebut dapat dikaitkan pula dengan spesialisasi yang dimiliki negara. Spesialisasi yang dimaksud adalah dengan adanya identitas, masyarakat global dapat secara spontan mengingat negara yang dimaksud, bahkan dapat menimbulkan suatu dependensi internasional yang lebih. Dengan adanya identitas yang spesial dan berciri khas dari suatu negara, identitas bukan hanya menjadi suatu tanda pengenal melainkan dapat menjadi “daya jual” yang menarik perhatian global, sehingga kepentingan nasionalnya dapat tercapai dan posisi negara akan menjadi lebih kuat.

Penulis memahami bahwa komunikasi merupakan hal yang sangat penting dan perlu diupayakan bersama jika ingin menciptakan, mengubah, atau bahkan sekedar memperkuat citra yang diinginkan negara. Meski begitu, terdapat sejumlah kendala dalam prosesnya, seperti: tidak semua audiens dapat dijangkau melalui satu media, terdapat kemungkinan bahwa audiens yang dituju tidak dapat merasakan adanya upaya dari negara lain (sebab kerap kali diplomasi publik atau *nation branding* bergerak tanpa disadari), serta tidak semua negara memiliki finansial yang kuat untuk memanfaatkan media digital secara masif. Selain itu, keberhasilan upaya yang dilakukan dalam pembentukan citra negara dapat dipengaruhi oleh bagaimana sejarah citra yang telah ada sebelumnya. Ketika citra yang terbentuk telah terlalu lama melekat, tentu akan sulit untuk diubah dan memerlukan usaha yang lebih besar pula.

Saran yang dapat diberikan kepada pemerintah setelah melakukan penelitian adalah agar dapat lebih menyadari bahwa di era modern dan globalisasi ini, publik sudah menjadi jauh lebih pandai dan kritis, sehingga pemerintah harus benar-benar menjadi contoh yang jujur dan dapat diandalkan. Media saat ini juga semakin netral dan “ganas”, sehingga meski pemerintah masih dapat memanfaatkan media sebagai sarana, masih banyak media lain yang mengawasi dan sangat tegas terhadap pemerintah. Dalam membentuk citra positif saat ini bukan sekedar dibutuhkan upaya yang besar, kreatif dan adaptif dengan zaman, namun harus sesuai dengan identitas atau keadaan sesungguhnya. Ketika terdapat inkonsistensi dan ketidaksinkronan, seperti yang terdapat pada kasus Brasil maka sanksi sosial yang muncul justru akan lebih berbahaya: citra negara semakin buruk dan dapat dinyatakan bahwa upaya pemerintah adalah gagal. Selain itu, pemerintah harus lebih mengutamakan keadaan domestik terlebih dahulu (prinsip diplomasi publik domestik) sebelum akhirnya melaksanakan praktik diplomasi publik ke mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Cull, Nicholas J., ed. *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. (Los Angeles: Figueroa Press, 2009).
- Djelantik, Sukawarsini. *Diplomasi, antara Teori dan Praktik*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).
- Erasmus+ Programme. *Grassroots Sport Diplomacy: Overview, Mapping and Definitions* (European Union, 2018).
- Melissen, Jan., ed. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. (New York: Palgrave Macmillan, 2004).
- Pamment, James. *New Public Diplomacy in the 21st Century: A comparative study of policy and practice*. (Oxford: Routledge, 2013).
- Snow, Nancy., M, Philip Taylor., ed. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. (NY: Routledge, 2009).
- Szondi, Gyorgy. *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael and Antwerp University. (Netherland, 2008).

JURNAL

- Berkowitz, Pere., dkk. "Brand China: Using the 2008 Olympic Games to enhance China's Image". *Place Branding and Public Diplomacy*. Vol. 3, no. 2 (Palgrave, 2007).
- Dinnie, Keith & Ada Lio, "Enhancing China's Image in Japan: Developing the Nation Brand through Public Diplomacy," *Place Branding and Public Diplomacy* Vol. 6, no. 3 (Palgrave, 2010).
- Fan, Ying. "Branding the nation: Towards a better understanding," *Place Branding and Public Diplomacy*. Vol. 6, No. 2. (Macmillan Publisher, 2010).

- Ginesta, Xavier & Jordi de San Eugenio. "The Use of Football as a Country Branding Strategy (Case Study: Qatar and the Catalan Sports Press)". *Communication & Sport*. Vol. 2, No. 3 (SAGE Publications, 2013).
- Grix, Jonathan & Barrie Houlihan. "Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012)". *Political Studies Association. BJPIR* Vol. 16, (2014).
- J. Cull, Nicholas. "Public Diplomacy: Taxonomies and Histories," *The ANNALS*. Vol. 616 of the *American Academy of Political and Social Science*, (SAGE Publications, 2008).
- Kolotouchkina, Olga. "Engaging Citizens in Sports Mega-Events: the Participatory Strategic Approach of Tokyo 2020 Olympics". *Communication & Society*. Vol. 31, No. 3 (2018).
- Rocha, Claudio M. "Rio 2016 Olympic Games and diplomatic legacies, International Journal of Sport Policy and Politics". *International Journal of Sport Policy and Politics* (Routledge, 2017).

LAPORAN

- Games of the XXXI Olympiad 2016 Working Group Report. *IOC*. 2008. <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/Host-City-Elections/XXXI-Olympiad-2016/Working-Group-Report-for-the-Games-of-the-XXXI-Olympiad-in-2016.pdf>.
- IOC Marketing Report: Rio 2016. *Olympic Library*. 2017. https://library.olympic.org/Default/doc/SYRACUSE/166381/marketing-report-rio-2016-international-olympic-committee?_lg=en-GB.
- One Year to The RIO 2016 Olympic Games: Press Kit. *Rede Nacional do Esporte*. 2015. <http://www.rededoesporte.gov.br/en/news/one-year-to-the-rio-2016-olympic-games/press-kit-one-year-to-the-rio-2016-olympic-games>.
- Innovations in Brazilian Public Diplomacy. *Master of Public Diplomacy Brazil Delegation*. 2014. <http://uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/useruploads/u20150/Brazil%20Composite%20Report%20-%20Complete.pdf>.
- Report of the 2016 IOC Evaluation Commission: Games of the XXXI Olympiad. *IOC*. 2009. <https://www.olympic.org/news/ioc-releases-2016-evaluation-commission-report>.

RIO 2016 Olympic and Paralympic Games: Action Report. 2016. *Rede Nacional do Esporte*. <http://www.rededoesporte.gov.br/en/presskit/files/actions-report-federal-government>.

SKRIPSI

Mecaj, Armela. *Nation Branding as a Strategy to Reposition and Strengthen the Nation's Image (The case of: KOSOVO – The Young Europeans*. Thesis MA. (Leiden University: 2018).

WEBSITE

“A Brazil-Style Opening Ceremony!”. 2017. *Olympic*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://www.olympic.org/news/a-brazil-style-opening-ceremony>.

Africa News. 2016. “Olympic torch visits indigenous tribes, Capoeira dancers, Video”. Diakses pada tanggal 21 Mei 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=jYciiuPJrck>.

“After Brazil's best performance in history, government guarantees investment in sport continues”. 2016. *Rede Nacional do Esporte*. Diakses pada tanggal 19 September 2019. <http://rededoesporte.gov.br/en/news/after-brazils-best-performance-in-history-government-guarantees-investment-in-sport-continues>.

Amanda. “The New Olympic Games Logo: Rio 2016”. *The Branding Journal*. Diakses pada tanggal 5 November 2019. <https://www.thebrandingjournal.com/2016/06/rio-2016-olympic-games-logo/>.

Aspers, Patrik & Ugo Corte. 2019. “What is Qualitative in Qualitative Research,” *SpringerLink*. Diakses pada tanggal 21 Juli 2020. shorturl.at/bhu03.

“Best Countries for Heritage”. 2019. *U.S. News & World Report L.P.* Diakses pada tanggal 29 September 2019. <https://www.usnews.com/news/best-countries/heritage-rankings>.

BrazilGovNews. 2016. “Michel Temer guarantees security during Rio 2016 Games”. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <http://www.brazil.gov.br/videos/michel-temer-guarantees-security-during-rio-2016-games>.

- “Brazilian protesters call for President Dilma Rousseff’s impeachment”. 2015. *BBC News*. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-33953606>.
- “Brazil Tourism Statistics 1995-2020”. *Macrotrends*. Diakses pada tanggal 15 September 2019. <https://www.macrotrends.net/countries/BRA/Brazil/tourism-statistics>.
- Burnett, David. 2016. “The Olympic Games Rio 2016 ‘The marvellous Games in the Marvellous City’”. Diakses pada tanggal 18 Oktober 2019. <https://www.cob.org.br/pt/documentos/download/fa56428c54da5/>.
- Champpell, Bill. 2016. “Rio Dances: Closing Ceremony for the 2016 Summer Olympics”. 2016. *NPR*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.npr.org/sections/thetorch/2016/08/21/490854388/closing-ceremony-for-the-rio-summer-olympics-live-blog>.
- “Clark professor signs petition requesting WHO, IOC postpone or move Olympic Games due to Zika”. 2016. *ClarkNow*. Diakses pada tanggal 29 September 2019. <https://clarknow.clarku.edu/2016/06/30/clark-professor-signs-petition-requesting-who-ioc-postpone-or-move-olympic-games-due-to-zika/>.
- “Cooperation and Conflict in Capoeira”. *Brazil Lab Princeton University*. Diakses pada tanggal 12 Maret 2020. <https://brazillab.princeton.edu/news/cooperation-and-conflict-capoeira>.
- Costa, Simone Silva. 2015. “Olympic Mobility Plan: Brazil Transport Challenges”. *ViajeoPLUS*. Diakses pada tanggal 21 Mei 2020, <http://viajeoplus.eu/wp-content/uploads/sites/4/2015/05/02-Simone-Silva-Costa.pdf>.
- Cranston, Maurice. 2014. “Ideology of the Cold War”. *Encyclopædia Britannica*. Diakses pada tanggal 13 April 2020. <https://www.britannica.com/topic/ideology-society/Ideology-of-the-Cold-War>.
- Crossman, Ashley. 2000. “An Overview of Qualitative Research Methods”. *ThoughtCo*. Diakses pada tanggal 21 Juli 2020. <https://www.thoughtco.com/qualitative-research-methods-3026555>.
- “Election of the 2016 Host City”. 2009. *Olympic*. Diakses pada tanggal 17 September 2019. <https://www.olympic.org/2016-host-city-election>.

- Gallivan, Mark., dkk. "Using social media to estimate Zika's impact on tourism: #babymoon, 2014-2017." 2019. *Plos One*. Diakses pada tanggal 15 April 2020. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0212507>.
- Gibson, Owen & Jonathan Watts. 2016. "Rio 2016 opening ceremony a mix of pared patriotism and climate concern," *The Guardian*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://www.theguardian.com/sport/2016/aug/05/olympic-opening-ceremony-rio-2016-fernando-meirelles>.
- Gill, N.S. "Why Weren't Women at the Olympic Games?". 2019. *ThoughtCo*. Diakses pada tanggal 28 Mei 2020, <https://www.thoughtco.com/women-at-the-olympic-games-120123>.
- "Government launches national effort to fight the Aedes aegypti". 2016. *Brazil.Gov*". Diakses pada tanggal 23 Mei 2020. <http://www.brazil.gov.br/about-brazil/news/2016/12/government-launches-national-effort-to-fight-the-aedes-aegypti>.
- "Government signs agreement with Denmark on healthcare". 2016. *Brazil.Gov*. Diakses pada tanggal 23 Mei 2020. <http://www.brazil.gov.br/about-brazil/news/2016/12/government-signs-agreement-with-denmark-on-healthcare>.
- Hughes, Roland. 2019. "Amazon fires: What's the latest in Brazil?". *BBC News*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-49971563>.
- "In pictures: Opening ceremony of Rio 2016 Olympic Games". 2016. *BBC News*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-36995918>.
- "IOC Marketing: Media Guide Olympic Games Rio 2016". 2016. *Olympic Library*. Diakses pada tanggal 19 Desember 2019. https://library.olympic.org/Default/doc/SYRACUSE/161890/ioc-marketing-media-guide-olympic-games-rio-2016-international-olympic-committee?_lg=en-GB.
- Kiernan, Paul & Rogerio Jelmayer. 2016. "Zika Fears Imperil Brazil's Tourism Push". *The Wall Street Journal*. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2019. <https://www.wsj.com/articles/zika-fears-imperil-brazils-tourism-push-1454461138>.
- "List of 2016 Summer Olympics broadcasters". Wikipedia. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020.

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_2016_Summer_Olympics_broadcasters.

Lubin, Gus. 2010. "Forget Oil: 15 Countries Sitting On A Fortune Of Metals And Minerals," *Business Insider*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://www.businessinsider.com/15-resource-rich-countries-2010-4?IR=T>.

Macur, Juliet. "Rio Wins 2016 Olympics in a First for South America". 2009. *New York Times*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.nytimes.com/2009/10/03/sports/03olympics.html>.

Mendes, Abelardo. 2016. "Federal Government launches journalist guide for the Rio 2016 Olympic and Paralympic Games". *Rede Nacional do Esporte*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <http://rededoesporte.gov.br/en/news/federal-government-launches-journalist-guide-for-the-rio-2016-olympic-and-paralympic-games>.

Ministry of Foreign Affairs. 2010. "Speech by President Luiz Inácio Lula da Silva at the World Economic Forum – Davos, January 29th, 2010". *Itamaraty*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <http://www.itamaraty.gov.br/en/speeches-articles-and-interviews/president-of-the-federative-republic-of-brazil-speeches/9287-remarks-by-president-lula-at-the-world-economic-forum-davos-29-january-2010>.

M. Kopp, Carol. 2019. "Globalization". *Investopedia*. Diakses pada tanggal 13 April 2020. <https://www.investopedia.com/terms/g/globalization.asp>.

"Most Visited Countries 2019". 2019. *World Population Review*. Diakses pada tanggal 29 September 2019. <http://worldpopulationreview.com/countries/most-visited-countries/>.

Mullen, Jethro. 2016. "Mario steals the show for Nintendo at Rio Olympics closing ceremony". *CNN Business*. Diakses pada tanggal 21 Mei 2020. <https://money.cnn.com/2016/08/22/technology/nintendo-mario-olympics-rio-closing-ceremony/>.

"National Olympic Committees (NOCs)". *Olympic*. Diakses pada 20 Mei 2020. <https://www.olympic.org/ioc-governance-national-olympic-committees>.

"Newsflash - Travel visa free to Brazil during the Olympics". 2016. *Chimu Blog*. Diakses pada tanggal 16 November 2019. <https://www.chimuadventures.com/blog/2016/01/newsflash-travel-visa-free-to-brazil-during-the-olympics/>.

- “Olympic Games”. *Olympics*. Diakses pada tanggal. 20 Mei 2020. <https://www.olympic.org/olympic-games>.
- “Olympic Torch Relay Lights Up Iguacu Falls”. 2016. *Olympics*. Diakses pada tanggal 19 Mei 202., <https://www.olympic.org/news/olympic-torch-relay-lights-up-iguacu-falls>.
- Pereira, Gisela. 2009. “IOC Reaches Agreement for 2014 & 2016 Broadcast Rights in Brazil”. *Olympic*. Diakses pada tanggal 12 November 2019. <https://www.olympic.org/news/ioc-reaches-agreement-for-2014-2016-broadcast-rights-in-brazil>.
- Phillips, Dom. 2016. “Thousands join anti-Olympic protest in Rio before Games begin”. *Washington Post*. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019. <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2016/08/05/thousands-join-anti-olympic-protest-in-rio-before-games-begin/>.
- “President Dilma Rousseff welcomes Olympic fans to Rio”. 2015. *Rede Nacional do Esporte*. Diakses pada tanggal 29 September 2019. <http://www.rededoesporte.gov.br/en/news/brazilian-president-welcomes-olympic-fans-to-rio>.
- “President Temer: "I'm personally committed to the climate change agenda””. 2017. *Brazil.Gov*. Diakses pada tanggal 23 Mei 2020. <http://www.brazil.gov.br/about-brazil/news/2017/07/temer-im-personally-committed-to-the-climate-change-agenda>.
- “Promotion of Women in Sport”. *Olympic*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://www.olympic.org/women-in-sport/background>.
- “Promote Olympism in Society”. *Olympics*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.olympic.org/the-ioc/promote-olympism>.
- Reis, André. 2015. “Professionalizing and Regulating Capoeira: A Brazilian Dilemma”. *University of Calgary*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://larc.ucalgary.ca/publications/professionalizing-and-regulating-capoeira-brazilian-dilemma>.
- “Rio 2016,” *Olympic*, diakses pada 21 Mei 2020, <https://www.olympic.org/rio-2016>.
- “RIO 2016 Torch Relay”. *Olympic*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.olympic.org/rio-2016-torch-relay>.
- “RIO 2016 - DAY 16: THE FINAL FIREWORKS!”. *Olympic*. Diakses pada tanggal 21 Mei 2020, <https://www.olympic.org/news/the-final-fireworks>.

- “RIO 2016 Olympics – Venues”. *The Indian Express*. Diakses pada tanggal 21 Mei 2020. <https://indianexpress.com/sports/rio-2016-olympics/venues/>.
- “Rio 2016 Games boosted the economy and delighted domestic and foreign audiences”. 2018. *Brazil.Gov*. Diakses pada tanggal 24 Mei 2020. <http://www.brazil.gov.br/about-brazil/news/2018/11/rio-2016-games-boosted-the-economy-and-delighted-domestic-and-foreign-audiences>.
- “Rio 2016 Olympic Games Website: Indonesian Translations”. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <http://rededoesporte.gov.br/pt-br/megaeventos/olimpiadas>.
- “Rio Olympics 2016: Spectacular closing ceremony as Olympic flag goes to Tokyo”. 2016. *BBC Sport*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://www.bbc.com/sport/olympics/37150572>.
- “Rio 2016 Mascot”. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://www.olympic.org/rio-2016-mascot>.
- RMC. 2016. “Tourists give Olympic Games thumbs up and want to visit Brazil again,” *Rede Nacional do Esporte*. Diakses pada tanggal 17 September 2019. <http://rededoesporte.gov.br/en/news/tourists-give-olympic-games-thumbs-up-and-want-to-visit-brazil-again>.
- Sandy, Matt. “The Dramatic Power Struggle Behind Impeachment in Brazil”. 2015. *TIME*. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020. <https://time.com/4135814/brazil-dilma-rousseff-impeachment/>.
- Sauter, Mike. 2012. “The World's Most Resource-Rich Countries”. *24/7 Wall st*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://247wallst.com/special-report/2012/04/18/the-worlds-most-resource-rich-countries/>.
- S. Nye, Joseph Jr. 2014. “Soft Power: The Means to Success in World Politics”. *Foreign Affairs*. Diakses pada tanggal 13 April 2020. <https://www.foreignaffairs.com/reviews/capsule-review/2004-05-01/soft-power-means-success-world-politics>.
- Stanzel, Volker. 2018. “New Realities in Foreign Affairs: Diplomacy in the 21st Century”. *SWP*. Diakses pada tanggal 7 Juni 2020. <https://www.swp-berlin.org/en/publication/new-realities-in-foreign-affairs-diplomacy-in-the-21st-century/>.
- “The History of the Olympic Flame”. 2017. *Olympic*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.olympic.org/news/the-history-of-the-olympic-flame>.

- “The Olympic Motto”. *Olympic*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.olympic.org/the-olympic-motto>.
- “The Olympic Rings”. *Olympic*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.olympic.org/olympic-rings>.
- Torres, Guilherme. 2020. “Players, coaches offer pros and cons of Brazilian Olympic qualification process”. *Volleyball Magazine*. Diakses pada tanggal. 16 Mei 2020. <https://volleyballmag.com/brazil-012120/>.
- Verdeyen, Tyler., dkk. 2016. “Portuguese Colonization of Brazil”. *James Madison University*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. <https://sites.jmu.edu/migrationflows/portuguese-colonization-of-brazilbritish-alliance-3/>.
- Vieira, Marco A. 2012. “Brazilian Foreign Policy in the Context of Global Climate Norms”. *Foreign Policy Analysis*. Diakses pada tanggal 22 Mei 2020. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/326824/mod_resource/content/1/PEB%20Climate%20Changes%20Marco%20Antonio%20Vieira_FP_A.pdf.
- Weisbrode, Kenneth. 2017. “Diplomacy in Foreign Policy”. *Oxford Research Encyclopedias*. Diakses pada tanggal 7 Juni 2020. <https://oxfordre.com/politics/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-410>.
- “Who We Are”. *Olympic*. Diakses pada tanggal 20 Mei 2020. <https://www.olympic.org/about-ioc-olympic-movement>.
- Zandan, Jessica. 2016. “Clark professor signs petition requesting WHO, IOC postpone or move Olympic Games due to Zika”. *ClarkNow*. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2019. <https://clarknow.clarku.edu/2016/06/30/clark-professor-signs-petition-requesting-who-ioc-postpone-or-move-olympic-games-due-to-zika/>.
- “Zika outbreak: What you need to know.” 2016. *BBC News*. Diakses pada tanggal 29 September 2019.