

## ABSTRAK

Skripsi ini mengeksplorasi *Saudi Vision 2030* yang diluncurkan oleh Pangeran Muhammad Bin Salman pada tahun 2016, yang bertujuan untuk mereformasi perekonomian Arab Saudi dengan mengurangi ketergantungan pada minyak dan mengembangkan sektor lain, khususnya melalui sektor pariwisata. Terdapat tantangan yang dihadapi Arab Saudi untuk meningkatkan sektor pariwisata, seperti citra konservatif dan regulasi yang ketat, yang mungkin menghambat pertumbuhan pariwisata. Meskipun menghadapi tantangan tersebut, Arab Saudi telah menerapkan langkah-langkah signifikan seperti pelonggaran kebijakan visa dan investasi dalam proyek skala besar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan mengumpulkan data mengenai upaya dari Arab Saudi untuk mengembangkan sektor pariwisata demi tercapainya rancangan *Saudi Vision 2030*. Dengan menggunakan konsep *nation branding* yang dikemukakan oleh Keith Dinnie, ditemukan bahwa upaya pemerintah Arab Saudi dalam mencapai *Saudi Vision 2030* di sektor pariwisata adalah dengan strategi *nation branding* melalui *nation-brand advertising*, *customer and citizen relationship management*, *nation-brand ambassador* dan *the naming of nation-brand*. Melalui upaya ini, Arab Saudi berhasil mencapai beberapa target dalam sektor pariwisata seperti mencapai 100 juta kunjungan wisatawan dan peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian Arab Saudi, menempatkannya sebagai tujuan pariwisata global yang berkembang sesuai dengan tujuan *Saudi Vision 2030*.

**Kata kunci :** *Saudi Vision 2030*, diversifikasi ekonomi, pariwisata, *nation branding*, Arab Saudi

## **ABSTRACT**

*This thesis explores Saudi Vision 2030, launched by Prince Mohammed Bin Salman in 2016, which aims to reform Saudi Arabia's economy by reducing its reliance on oil and developing other sectors, particularly tourism. There are challenges facing Saudi Arabia to improve its tourism sector, such as its conservative image and strict regulations, which may hinder the growth of tourism. Despite these challenges, Saudi Arabia has implemented significant measures such as easing visa policies and investing in large-scale projects. This study employs a qualitative-descriptive method by collecting data on Saudi Arabia's efforts to develop the tourism sector in line with the goals of Saudi Vision 2030. By using the concept of nation branding put forward by Keith Dinnie, it was found that the Saudi Arabian government's efforts to achieve Saudi Vision 2030 in the tourism sector were through a nation branding strategy. through nation-brand advertising, customer and citizen relationship management, nation-brand ambassadors, and the naming of the nation brand. Through these efforts, Saudi Arabia has achieved several targets in the tourism sector, such as reaching 100 million tourist visits and increasing the contribution of tourism to Saudi Arabia's economy, positioning it as an emerging global tourism destination aligned with the objectives of Saudi Vision 2030.*

**Keywords :** *Saudi Vision 2030, economic diversification, tourism, nation branding, Saudi Arabia.*