

# UPAYA *NATION BRANDING* PEMERINTAH QATAR MELALUI TURNAMEN PIALA DUNIA FIFA 2022

DARIANSHA RIZKY ADHIASA

## ABSTRAK

Qatar telah menjadi pemain kekuatan terkemuka di kawasan Teluk Persia dan Timur Tengah dalam beberapa dekade terakhir. Dengan transformasi ekonominya dari sektor perikanan dan mutiara menjadi salah satu pemasok gas alam terbesar di dunia, Qatar telah membangun fondasi ekonomi yang kokoh. *Qatar National Vision 2030* menjadi landasan strategis untuk mengurangi ketergantungan pada sektor energi dan menciptakan ekonomi yang lebih beragam. Dalam upaya mencapai tujuan ini, Qatar memilih untuk menjadi tuan rumah berbagai acara olahraga internasional, termasuk Piala Dunia FIFA 2022. Pemilihan ini sejalan dengan strategi investasi agresif dan komitmen kuat terhadap olahraga sebagai bagian dari upaya *nation branding*. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan studi dokumen. Data primer berasal dari laporan pertemuan dan dokumen resmi terkait strategi *nation branding* Qatar digunakan sebagai referensi untuk memperkuat penelitian. Penelitian ini menyoroti upaya Qatar dalam membangun citra negaranya melalui *nation branding*. Qatar memanfaatkan turnamen sepak bola terbesar di dunia ini sebagai *platform* untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya, kekayaan alam, dan potensi ekonominya kepada dunia internasional. Namun, upaya *nation branding* Qatar melalui Piala Dunia FIFA 2022 tidak terlepas dari kontroversi dan kritik. Istilah "*sportswashing*" muncul, merujuk pada upaya negara untuk mengatasi pelanggaran hak asasi manusia melalui olahraga. Qatar, dalam persiapannya untuk turnamen ini, menghadapi kritik terkait kondisi buruh, kebebasan berbicara, dan diskriminasi terhadap perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam upaya *nation branding* Qatar melalui Piala Dunia FIFA 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Qatar telah berhasil menggunakan Piala Dunia FIFA 2022 sebagai sarana untuk memperkuat citra positifnya di mata dunia. Investasi besar dalam infrastruktur, promosi budaya, dan keterlibatan dalam olahraga global telah membantu Qatar mendapatkan visibilitas internasional. Namun, tantangan terkait hak asasi manusia dan *sportswashing* juga harus diatasi dengan serius. Dengan demikian, strategi *nation branding* harus diimbangi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.

**Kata kunci:** Piala Dunia FIFA 2022, QNV 2030, Qatar, Citra Negara

# QATAR'S NATION BRANDING EFFORTS THROUGH THE FIFA WORLD CUP 2022 TOURNAMENT

DARIANSHA RIZKY ADHIASA

## ABSTRACT

*Qatar has emerged as a prominent player in the Gulf and Middle East region over the past few decades. With its economic transformation from the fishing and pearl industry to becoming one of the world's largest natural gas suppliers, Qatar has laid a solid economic foundation. The Qatar National Vision 2030 serves as a strategic framework to reduce dependence on the energy sector and create a more diversified economy. In pursuit of these goals, Qatar has chosen to host various international sporting events, including the FIFA World Cup 2022. This decision aligns with an aggressive investment strategy and a strong commitment to sports as part of its nation branding efforts. This research employs qualitative methods through document studies. Primary data is sourced from meeting reports and official documents related to Qatar's nation branding strategy, used as references to reinforce the research. The study highlights Qatar's efforts in building its national image through nation branding. Qatar leverages the world's largest football tournament as a platform to introduce its cultural values, natural wealth, and economic potential to the international community. However, Qatar's nation branding efforts through the FIFA World Cup 2022 are not without controversy and criticism. The term "sportswashing" has emerged, referring to a nation's attempts to address human rights violations through sports. In preparation for this tournament, Qatar faced criticism regarding labor conditions, freedom of speech, and discrimination against women. This research aims to explore in-depth Qatar's nation branding efforts through the FIFA World Cup 2022. The findings indicate that Qatar has successfully used the tournament to strengthen its positive image globally. Significant investments in infrastructure, cultural promotion, and engagement in global sports have helped Qatar gain international visibility. However, challenges related to human rights and sportswashing must be seriously addressed. Thus, nation branding strategies should be balanced with social and environmental responsibility to ensure long-term success.*

**Keywords:** FIFA World Cup 2022, QNV 2030, Qatar, Nation Branding