

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini secara mendalam mengeksplorasi strategi *nation branding* yang diadopsi oleh Qatar melalui penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2022. Qatar, sebuah negara kecil di Timur Tengah, telah berhasil menggunakan *event* olahraga global ini sebagai sebuah wadah untuk mengkomunikasikan citra dan identitas nasionalnya ke kancah internasional. Dari sudut pandang kebijakan, Qatar telah menunjukkan bagaimana negara kecil bisa memanfaatkan olahraga, khususnya sepak bola yang memiliki penggemar luas di seluruh dunia, sebagai alat yang efektif untuk membangun dan memperkuat citra nasional.

Kesuksesan Qatar dalam memenangkan hak menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2022 telah mendorong negara ini untuk melakukan investasi besar-besaran sejak tahun 2010, terutama dalam memodernisasi infrastruktur mereka. Dana yang digelontorkan untuk proyek-proyek ini sangat fantastis, termasuk pembangunan delapan stadion canggih yang dilengkapi dengan fasilitas pelatihan dan tribun yang didukung oleh teknologi pendingin bertenaga surya. Namun, Qatar tidak hanya berfokus pada stadion, mereka juga mengutamakan pengembangan sektor-sektor lain seperti bandara, jaringan metropolitan yang lebih luas, peningkatan kualitas jalan raya, dan perkembangan kota-kota berkembang. Hal ini menunjukkan betapa besar kemampuan sumber daya ekonomi Qatar sehingga negara ini dapat dianggap sebagai magnet bagi para investor atau untuk bekerja sama dalam skala global yang lebih luas yang tidak hanya menunjukkan kemampuan Qatar dalam mengelola proyek besar, tetapi juga memancarkan citra modernitas dan kemajuan.

Selain itu, upaya *nation branding* Qatar juga mencerminkan keinginan untuk menggambarkan negara ini sebagai pusat kebudayaan, diplomasi, dan keramahan. Melalui Piala Dunia, Qatar berupaya menampilkan kekayaan budayanya, keragaman sosial, dan kemampuan mereka dalam menggelar *event* global yang

aman dan sukses. Upaya ini dilakukan untuk mengubah narasi yang seringkali menggambarkan Timur Tengah dengan konflik dan ketidakstabilan, menjadi satu yang lebih positif dan menarik. Penting untuk dicatat bahwa dalam penelitian ini juga mengakui adanya tantangan dan kritik yang dihadapi Qatar, terutama terkait dengan isu hak asasi manusia dan *sportswashing*. Hal ini memperlihatkan kompleksitas dalam upaya *nation branding*, di mana sukses dalam satu aspek harus diimbangi dengan perhatian serius pada aspek lainnya, seperti tanggung jawab sosial dan lingkungan. Strategi *nation branding* yang sukses tidak hanya didasarkan pada citra yang dibangun, tetapi juga pada realitas di lapangan, termasuk bagaimana sebuah negara menangani isu kritis yang berdampak pada reputasinya.

Namun demikian, penting untuk mengakui dampak positif dari upaya *branding* negara Qatar melalui Piala Dunia FIFA 2022. Perhelatan acara tersebut berfungsi sebagai *platform* untuk menampilkan modernitas dan visi Qatar untuk masa depan, namun juga membawa perhatian pada isu-isu sosial yang penting. Turnamen tersebut memberikan kesempatan untuk pertukaran budaya, Qatar menjamu pengunjung dari berbagai latar belakang, menumbuhkan semangat inklusivitas dan keterbukaan. Fasilitas kelas dunia, penggemar dari berbagai belahan dunia, dan pengalaman unik memamerkan kekayaan tradisi bangsa, yang dipadukan dengan beragam inovasi kontemporer. Keberhasilan ini berkontribusi pada penilaian keseluruhan upaya *branding* bangsa, yang menunjukkan kemampuan Qatar untuk membuat acara yang menarik dan berkesan, terlepas dari tantangan yang dihadapi di sepanjang jalan.

Maka dari itu, dalam mengevaluasi upaya *nation branding* yang dilakukan oleh Qatar melalui Turnamen Piala Dunia FIFA 2022 dengan rumusan masalah “Bagaimana upaya *nation branding* yang dilakukan Qatar melalui Turnamen Piala Dunia FIFA 2022?”, dapat disimpulkan bahwa Qatar telah berhasil menjalankan strategi branding yang efektif. Melalui penyelenggaraan acara olahraga prestisius ini, Qatar mampu memperkenalkan negaranya kepada dunia dengan cara yang positif dan membanggakan. Berbagai inisiatif yang diambil oleh pemerintah Qatar, seperti pengembangan infrastruktur modern, promosi kebudayaan lokal, serta pelayanan yang baik kepada para tamu internasional, turut berkontribusi pada citra positif negara ini. Turnamen Piala Dunia FIFA 2022 tidak hanya menjadi sebuah

acara olahraga, tetapi juga menjadi platform efektif bagi Qatar untuk mempromosikan identitas nasionalnya secara global. Oleh karena itu, upaya-upaya yang dilakukan dalam menyelenggarakan turnamen ini dapat dianggap sebagai langkah sukses dalam membangun dan memperkuat citra Qatar di mata dunia internasional.

6.2 Saran

Dalam mengoptimalkan dampak positif *nation branding* yang telah dicapai melalui Turnamen Piala Dunia FIFA 2022, Qatar dapat mempertimbangkan beberapa langkah praktis dalam memanfaatkan momentum pasca-Turnamen Piala Dunia FIFA 2022. Pertama, penting untuk melanjutkan inisiatif promosi dengan kreativitas tinggi, mengarah pada potensi pariwisata, investasi, dan kebudayaan negara. Kerjasama yang erat dengan berbagai pihak seperti komunitas internasional, sponsor, dan mitra global juga perlu ditingkatkan untuk memperluas jangkauan pesan *branding*. Selain itu, penguatan pengelolaan reputasi *online* melalui interaksi aktif di media sosial dapat mempertahankan citra positif secara global. Dalam konteks akademis, disarankan adanya penelitian lebih lanjut terkait dampak jangka panjang dari upaya *nation branding* melalui Piala Dunia FIFA 2022. Analisis mendalam terhadap perubahan persepsi global terhadap Qatar pasca-turnamen dapat memberikan wawasan lebih mendalam.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan Qatar dapat memperkuat citra positifnya di tingkat global dan terus menjadi negara yang dinamis, inovatif, serta terbuka terhadap kerjasama internasional. Upaya akademis akan menjadi fondasi yang kuat untuk memahami dampak jangka panjang dari strategi *nation branding* yang telah diterapkan.