

ABSTRAK

Menjadi tuan rumah pagelaran olahraga merupakan cara yang tepat untuk melakukan diplomasi pariwisata dengan tujuan meningkatkan *nation branding*, banyak negara yang berlomba untuk bisa menjadi tuan rumah pada acara pagelaran olahraga karena memang olahraga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, salah satu event atau pagelaran olahraga yang terbesar adalah Piala Dunia Sepak Bola atau *FIFA World Cup*. Kejuaraan ini telah diselenggarakan setiap empat tahun sekali sejak tahun 1930, dan telah dilaksanakan sebanyak 22 kali, dengan tuan rumah piala dunia yang terakhir dilaksanakan yaitu di Qatar. Qatar telah mengambil langkah-langkah untuk mengembangkan dirinya sebagai pusat olahraga dengan menjadi tuan rumah *FIFA World Cup 2022*. Acara olahraga akbar di Qatar ini merupakan kontributor besar bagi perkembangan sektor pariwisata. Arah kebijakan luar negeri Qatar berangsur-angsur berubah dari yang sebelumnya pendapatan terbesarnya berasal dari minyak dan gas kini mulai menemukan strategi baru untuk mempertahankan posisi geopolitiknya, strateginya adalah diplomasi olahraga. Terlihat jelas dalam upaya Qatar menyelenggarakan event olahraga internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya Qatar dalam meningkatkan *nation branding*nya dan mengetahui diplomasi pariwisata yang dilakukan Qatar melalui *FIFA World Cup 2022* dalam meningkatkan pariwisata berdaya saing global di Qatar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik studi kepustakaan untuk memaparkan upaya apa saja yang dilakukan oleh Qatar dalam mencapai kepentingannya menjadi tuan rumah Piala Dunia 2022. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa secara keseluruhan dengan menjadi tuan rumah Piala Dunia 2022 dapat membantu meningkatkan *nation branding* Qatar di mata dunia, baik dari segi pariwisata, budaya, ekonomi, maupun infrastruktur. Dalam jangka panjang, hal ini dapat membantu meningkatkan pariwisata berdaya saing global di negara tersebut.

Kata Kunci: Piala Dunia FIFA 2022, Pariwisata, Qatar, *Nation Branding*

ABSTRACT

Hosting a sports event is the right way to conduct tourism diplomacy with the aim of increasing nation branding, many countries are competing to be able to host a sports event because sports are a special attraction for tourists, one of the biggest sporting events or events is the Football World Cup or FIFA World Cup. This championship has been held every four years since 1930, and has been held 22 times, with the last world cup host being held in Qatar. Qatar has taken steps to develop itself as a sports center by hosting the 2022 FIFA World Cup. This grand sporting event in Qatar is a big contributor to the development of the tourism sector. The direction of Qatar's foreign policy is gradually changing from previously the largest income comes from oil and gas is now starting to find a new strategy to maintain its geopolitical position, the strategy is sports diplomacy. It is clearly seen in Qatar's efforts to organize international sporting events. This research aims to find out Qatar's efforts to improve its nation branding and find out the tourism diplomacy carried out by Qatar through the FIFA World Cup 2022 in increasing globally competitive tourism in Qatar. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach with data collection techniques using literature study techniques to explain what efforts were made by Qatar in achieving its interests in hosting the 2022 World Cup. The results of this study conclude that overall hosting the 2022 World Cup can help improve Qatar's nation branding in the eyes of the world, both in terms of tourism, culture, economy, and infrastructure. In the long run, this can help increase globally competitive tourism in the country.

Keywords: FIFA World Cup 2022, Tourism, Qatar, Nation Branding

RINGKESAN

Panyelenggaraan acara olah raga mangrupa cara anu bener pikeun ngalaksanakeun diplomasi pariwisata kalawan tujuan pikeun ngaronjatkeun nation branding , loba nagara anu berlomba-lomba pikeun bisa jadi tuan rumah acara olah raga lantaran olah raga mangrupa daya tarik anu husus pikeun para wisatawan, salah sahiji acara olahraga atawa pintonan pangbadagna nyaéta Piala Dunya Football atawa Piala Dunya FIFA . Kajawaraan ieu dilaksanakeun unggal opat taun ti 1930, sareng parantos dilaksanakeun 22 kali, sareng tuan rumah Piala Dunia anu terakhir dilaksanakeun di Qatar. Qatar tos nyandak léngkah pikeun ngembangkeun dirina salaku hub olahraga ku hosting Piala Dunya FIFA 2022. Ieu acara olahraga ageung di Qatar mangrupikeun kontributor badag pikeun ngembangkeun sektor pariwisata. Arah kabijakan luar nagri Qatar laun-laun robah ti mana pangasilan panglobana asalna tina minyak sareng gas, ayeuna geus dimimitian pikeun manggihan strategi anyar pikeun ngajaga posisi geopolitik na, strategi diplomasi olahraga. Ieu tiasa katingal jelas dina usaha Qatar pikeun ngatur acara olahraga internasional. Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun usaha Qatar pikeun ngaronjatkeun branding bangsa na sareng terang diplomasi pariwisata anu dilaksanakeun ku Qatar ngaliwatan Piala Dunia FIFA 2022 dina ningkatkeun pariwisata kompetitif global di Qatar. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta méthode kualitatif kalayan pendekatan déskriptif kalawan téhnik ngumpulkeun data ngagunakeun téhnik studi pustaka pikeun ngadéskripsikeun usaha-usaha anu geus dilakukeun ku Qatar dina ngahontal minat jadi tuan rumah Piala Dunia 2022. Hasil tina ieu panalungtikan nyindekkeun yén sakabéh ku jadi tuan rumah Piala Dunia 2022 tiasa ngabantosan ningkatkeun branding bangsa Qatar di mata dunya, boh dina hal pariwisata, budaya, ékonomi jeung infrastruktur. Dina jangka panjang, ieu tiasa ngabantosan ningkatkeun pariwisata kompetitif global di nagara éta.

Kata Konci: Piala Dunya FIFA 2022, Pariwisata, Qatar, Nation Branding