

**DIPLOMASI OLAHRAGA: PENYELENGGARAAN PIALA DUNIA 2022 SEBAGAI
BENTUK NATION BRANDING QATAR DALAM PANGGUNG GLOBAL**

TUGAS AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENDAPAT
GELAR SARJANA SOSIAL**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Oleh:

JUPITER THARIQ HABIBIE

1201004028

DOSEN PEMBIMBING:

YUDHA KURNIAWAN, S.Sos., M.A

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

2023/2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jupiter Thariq Habibie

NIM : 1201004028

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**DIPLOMASI OLAHRAGA: PENYELENGGARAAN PIALA DUNIA 2022 SEBAGAI BENTUK NATION BRANDING QATAR DALAM PANGGUNG GLOBAL**" adalah benar-benar karya saya sendiri. Hal-hal yang tidak berkaitan dengan tulisan saya telah diberikan catatan tubuh dan dicantumkan sebagai sumber dalam daftar pustaka

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 12 Agustus 2025



[Jupiter Thariq Habibie]

NIM: 1201004028

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Jupiter Thariq Habibie
NIM : 1201004028
Program Studi : Ilmu Politik Konsentrasi Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Diplomasi Olahraga: Penyelenggaraan Piala Dunia 2022
Sebagai Bentuk Nation Branding Qatar Dalam Panggung
Global

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti siding tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Yudha Kurniawan, S.sos., M.A



Penguji 1 : Dr. Muhammad Badaruddin, S.Sos., M.Sc., M.A



Penguji 2 : Sellta, S.Sos, M.A



Ditetapkan di Jakarta,

Tanggal: 12 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Diplomasi Olahraga: Penyelenggaraan Piala Dunia 2022 Sebagai Bentuk Nation Branding Qatar Dalam Panggung Global" ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Politik Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan penulis kesehatan, kemudahan dalam pengerjaan skripsi ini. Selain itu, juga memberikan keajaibanNya yang begitu luar biasa ketika penulis sedang merasakan kesulitan atau mengalami hambatan dalam proses pengerjaan.
2. Mami dan Papi, Selaku kedua orang tua yang tiada henti dalam mendoakan, memberikan dukungan, meyakinkan penulis bahwa skripsi ini akan dapat diselesaikan dengan baik serta dapat menjadi kebanggaan.
3. Ibu Prof. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Bakrie yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di universitas ini.
4. Bapak Dr.rer.pol. Aditya Batara Gunawan, S.Sos., M.Litt, selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam penyelesaian studi.
5. Bapak Yudha Kurniawan, S.sos., M.A, selaku dosen pembimbing penulis yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Tidak hanya itu, Bapak Yudha juga sudah berhasil membantu mewujudkan tema yang saya sukai dan inginkan untuk diangkat menjadi judul skripsi ini.

6. Dr. Muhammad Badaruddin, S.Sos., M.Sc., M.A, Selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu penulis dalam menghadapi persoalan teknis selama masa perkuliahan.
7. Dr. Muhammad Badaruddin, S.Sos., M.Sc., M.A, Selaku dosen penguji I skripsi penulis. Terimakasih atas waktu, arahan, serta dukungan nya yang diberikan kepada penulis.
8. Sellita, S.Sos, M.A, Selaku dosen penguji II skripsi penulis. Terimakasih atas waktu, arahan, serta dukungan nya yang diberikan kepada penulis.
9. Sahabat terutama Dafi Rismantyo Nugroho, Allya Lavenia Maritza, Serta Satria Ardhi yang sudah menjadi teman sejati dengan melalui berbagai banyak hal dan kenangan yang sudah kita lewati bersama. Semoga ikatan persahabatan ini akan berlangsung selamanya.
10. Alandra Putra, Muflih Ziyad, Kirei Amalia, Zharifah Bayti, Serta seluruh sahabat dan teman seperjuangan di Universitas Bakrie yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang sudah membantu penulis dan hadir disegala proses penulisan ini.
11. Seluruh dosen Universitas Bakrie, yang sudah membimbing selama perkuliahan. Terimakasih atas ilmu, waktu, support, dan doa yang selalu diberikan untuk penulis. Semoga seluruh dosen sehat dan bahagia selalu.
12. Staff Universitas Bakrie, yang selalu membantu penulis dalam mengurus hal-hal tertentu yang berkaitan dengan perkuliahan. Terimakasih mba dan mas selalu memberikan waktu nya untuk membantu penulis. Semoga seluruh staff sehat dan bahagia selalu.
13. Saudara-saudari yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam penyelesaian studi ini.
14. Beberapa pihak yang tidak bisa disebutkan akan tetapi telah memberikan motivasi dan dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan ini.
15. Eagle, 700, Manchester United, Rnb, Hip-hop, Knock You Down- Keri Hilson, Try– Pink, Norm Skola – Can’t be Touched, Glock, Running, Gym, D-E-L.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila banyak sekali kekurangan dalam skripsi yang dibuat dan penulis bersedia

menerima kritikan yang dapat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca, akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jupiter Thariq Habibie

NIM 1201004028

Program Studi : Ilmu Politik

Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Diplomasi Olahraga: Penyelenggaraan Piala Dunia 2022 Sebagai Bentuk Nation Branding Qatar Dalam Panggung Global”

ini Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Jupiter Thariq Habibie

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis implementasi diplomasi olahraga Qatar dalam membangun nation branding melalui penyelenggaraan Piala Dunia 2022. Kawasan Timur Tengah yang selalu terkait dengan ketidakstabilan politik mendorong Qatar untuk menggunakan strategi soft power guna meningkatkan citra dan pengaruh regionalnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Qatar memanfaatkan Piala Dunia 2022 sebagai instrumen diplomasi olahraga dan nation branding dalam panggung global. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, menggunakan teknik pengumpulan data sekunder melalui analisis dokumen. Kerangka teoritis yang digunakan adalah teori Diplomasi Olahraga dari Håvard Mokleiv Nygård dan Scott Gates yang terpusat pada peace building, nation building, dan international cooperation, serta konsep Nation Branding Hexagon dari Simon Anholt yang mencakup enam dimensi: governance, investment and immigration, people, culture and heritage, tourism, dan exports. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Qatar telah berhasil memanfaatkan penyelenggaraan Piala Dunia 2022 sebagai diplomasi olahraga melalui mekanisme image building seperti investasi infrastruktur dan reformasi regulasi ketenagakerjaan; building platform for dialogue melalui pesan persatuan dan sosialisasi nilai-nilai Islam; trust building dengan membuka akses penerbangan langsung dari Israel; serta reconciliation, integration, and anti-racism melalui normalisasi hubungan regional dan program inklusivitas. Dalam konteks nation branding, Qatar berhasil menunjukkan pencapaian signifikan di semua dimensi hexagon, termasuk peningkatan lonjakan wisatawan mencapai 5,08 juta pengunjung, peningkatan FDI sebesar \$29,8 miliar, dan penguatan identitas budaya nasional. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan Piala Dunia 2022 berhasil menjadi instrumen efektif bagi Qatar dalam melakukan diplomasi olahraga yang terintegrasi dengan nation branding, berkontribusi terhadap pencapaian Qatar National Vision 2030, meskipun keberhasilannya juga bergantung pada kondisi geopolitik yang mendukung.

Kata Kunci: Diplomasi olahraga, Piala Dunia 2022, Nation branding, Timur Tengah.

ABSTRACT

This research analyze the implementation of Qatar's sports diplomacy in building nation branding through hosting the 2022 World Cup. The Middle East region, which is always associated with political instability, has driven Qatar to use soft power strategies to enhance its image and regional influence. This research aims to understand how Qatar utilized the 2022 World Cup as an instrument of sports diplomacy and nation branding on the global stage. The research method employed is descriptive qualitative with a case study approach, using secondary data collection techniques through document analysis. The theoretical framework used is the Sports Diplomacy theory by Håvard Mokleiv Nygård and Scott Gates, which focuses on peace building, nation building, and international cooperation, as well as Simon Anholt's Nation Branding Hexagon concept encompassing six dimensions: governance, investment and immigration, people, culture and heritage, tourism, and exports. The research findings show that Qatar has successfully utilized the hosting of the 2022 World Cup as sports diplomacy through mechanisms of image building such as infrastructure investment and labor regulation reforms; building platform for dialogue through messages of unity and socialization of Islamic values; trust building by opening direct flight access from Israel; as well as reconciliation, integration, and anti-racism through regional relationship normalization and inclusivity programs. In the context of nation branding, Qatar successfully demonstrated significant achievements in all hexagon dimensions, including a surge in tourist numbers reaching 5.08 million visitors, an increase in FDI of \$29.8 billion, and strengthening of national cultural identity. The research conclusion shows that hosting the 2022 World Cup successfully became an effective instrument for Qatar in conducting sports diplomacy integrated with nation branding, contributing to the achievement of Qatar National Vision 2030, although its success also depends on supportive geopolitical conditions.

Keywords: Sports Diplomacy, World Cup 2022, Nation Branding, Middle East.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Pembahasan	16
BAB II.....	18
KERANGKA TEORI.....	18
2.1 Paradigma Teoritik	18
2.2 Liberalisme.....	20
2.3 Nation Branding	24
2.4 Diplomasi Olahraga.....	29
2.5 Alur Pemikiran	38
2.6 Hipotesa	39
BAB III	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.2 Jenis Penelitian	40
3.3 Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	40
BAB IV	44
PEMBAHASAN.....	44
4.1 Latar Belakang Pemilihan Qatar Sebagai Penyelenggara Piala Dunia 2022	44

4.2	Diplomasi Olahraga Håvard Moksleiv Nygård dan Scott Gates.....	47
4.2.1	Image-building	47
4.2.2	Building a platform for dialogue.....	55
4.2.3	Trust-building	58
4.2.4	Reconciliation, Integration, and Anti-racism	60
4.3	Nation Branding Simon Anholt.....	67
4.3.1	Governance	67
4.3.2	Tourism	71
4.3.3	Investment and Immigration.....	75
4.3.4	Culture and Heritage.....	85
4.3.5	People.....	88
4.3.6	Exports	93
4.4	Analisis	95
BAB V		106
KESIMPULAN & SARAN		106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA		109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pemetaan Studi12

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep41