



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 6268-6278

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Metode Dakwah Islam Pemerintah dalam Pelaksanaan Fifa World Cup 2022: Perspektif Youtube

Erwan Effendi<sup>1✉</sup>, Syihan Hirzi Aditya<sup>2</sup>, Shilviana Hafizah<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: [erwanefendi@uinsu.ac.id](mailto:erwanefendi@uinsu.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Sebagai negara kecil pemerintah Qatar membuktikan bahwa mereka mampu menyelenggarakan laga sepak bola ternama yaitu FIFA WORLD CUP 2022 dengan sukses. Tidak hanya itu, pemerintah Qatar juga sukses mengenalkan Islam sebagai agama yang indah kepada seluruh penduduk bumi hingga ke sudut negeri lewat penayangan youtube sepak bola FIFA WORLD CUP 2022. Dalam media dakwah yang sudah mendunia Qatar menjadi salah satu pelopor dakwah Islam lewat youtube. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka yang mengumpulkan topik serupa lewat artikel, jurnal, maupun buku.

Kata Kunci: *Metode Dakwah; Islam; Qatar*

### Abstract

As Small Country, the government of Qatar has proven that they are able to successfully organize a well-know football match, namely the FIFA WORLD CUP 2022. Not only that, the government of Qatar has also succeeded in introducing Islam as a beautiful religion to all the inhabitants of the earth to every corner of the country through broadcasting football on YouTube. FIFA WORLD CUP 2022. In the world-famous da'wah media, Qatar has become one of the pioneers of Islamic da'wah via YouTube. This research uses a descriptive This research uses a descriptive qualitative method with a literature study approach that collects similar topics through articles, journals and books.

Keyword: *Dakwah Method; Islam; Qatar*

## PENDAHULUAN

Qatar ialah negara Arab dan terletak di Teluk Persia di Semenanjung Persia. Meskipun pada tahun 1971 Qatar memperoleh kemerdekaan penuh dari Inggris, sejak pertengahan abad ke-19, Qatar telah diperintah sebagai monarki absolut. Dengan populasi sekitar 250.000 warga Qatar dan sekitar 1,5 juta orang asing, Qatar adalah negara terkecil dan terkaya di dunia. Sebagian besar orang yang tinggal di sana bekerja di industri minyak dan konstruksi yang berkembang di negara itu. Qatar juga merupakan produsen minyak terbesar di dunia dan pemasok gas alam cair utama. (Dargin, 2007).

Alhasil, pendapatan tahunan Qatar sangat tinggi; pada tahun 2011, PDB perkapita (warga negara) Qatar diperkirakan hampir 2x lipat dari AS (\$106.110 dibandingkan dengan sekitar \$5.609). Yayasan, 2011). Selanjutnya, kekayaan minyak yang melimpah menyebabkan perkembangan pesat Doha, ibu kota Qatar, menjadi kota global yang menggabungkan "*Rapid Urbanism*" dan "*Dubafico*" hanya dalam waktu sepuluh tahun.

Ketika mantan emir Sheikh Hamad bin Khalifa al-Thani mengambil alih kekuasaan dalam kudeta perdamaian dengan ayahnya, kekayaan besar Qatar, bersama dengan kota-kota tetangga Abu Dhabi dan Dubai, memungkinkan integrasi global lebih lanjut. Tahun 2009 (Kamrava). Di sisi lain, rencana strategi jangka panjang Qatar, National Vision 2030, mendefinisikan komitmen nasional untuk meningkatkan daya saing dan menarik investasi yang diperlukan dalam ekonomi global yang dinamis dan berkembang. Perencanaan, 2008: 25). Hasil integrasi global Qatar didorong oleh investasi sosial di bidang kesehatan dan pendidikan; secara politik, Pusat Dialog Internasional serta Pemulihan Perdamaian; dalam komunikasi global melalui penyebaran global media berbasis Al Jazeera Doha; dan sebagian besar secara finansial melalui Qatar Investment Authority, yang telah mengakui sisi investasi yang signifikan dalam perusahaan terkemuka di seluruh dunia seperti *Barclays*, *Credit Suisse*, dan *Harrod*.

Belum lama ini, pertandingan sepak bola paling bergengsi di dunia, Piala Dunia FIFA 2022, berlangsung di sana. Dengan populasi hanya tiga juta orang, negara ini menjadi yang terkecil di antara negara-negara yang menjadi tuan rumah acara penting ini. Namun, persiapan Qatar sebagai penyelenggara tidak bisa dibayangkan kecil, meski merupakan negara terkecil. Hal itu ditunjukkan dengan pembukaan Piala Dunia yang dirayakan dengan meriah. Anggaran yang disiapkan Qatar bahkan dinilai paling mahal dalam sejarah penyelenggaraan Piala Dunia, yakni 220 miliar dolar atau 33 triliun rubel.

Qatar, sebuah negara Muslim, memperoleh kemerdekaan pada tahun 1971. Sheikh Jassim bin Mohammed Al Thani adalah pendiri negara, dan meskipun pemimpin saat ini Qatar masih muda, dia telah menjadi tokoh penting dalam Piala Dunia 2022 saat berusia

dua tahun., dan dibawah kepemimpinannya, dakwah Islam telah muncul. Sebagai tuan rumah pelaksanaan Piala Dunia 2022, Qatar menjadi pusat perhatian dunia. Terutama dalam pelaksanaan kegiatan ini dalam berbagai kebijakan yang telah ditetapkan. Memang, hal ini tidak lepas dari identitas Qatar sendiri sebagai negara Islam yang secara otomatis mengedepankan nilai-nilai dan budaya Islam.

Dalam hal komunikasi publik, penyelenggaraan Piala Dunia di Qatar adalah upaya nyata untuk memperkenalkan Islam kepada dunia. Dalam Islam, ada tiga metode yang dikenal: kata demi kata, surat demi tindakan, dan menulis dengan menulis.

Ketiga metode dakwah tersebut akan kita lihat dalam penyelenggaraan Piala Dunia 2022. Topik ini menarik untuk dikaji sebab mencerminkan bagaimana investor Qatar menggunakan sepak bola sebagai target dakwah islam, bahkan jika melihat situasi sepakbola Qatar. Masih bukan jalan yang sangat baik di berbagai tingkatan kompetisi. Kemudian setelah 2010, Qatar dinobatkan menjadi penyelenggara Piala Dunia FIFA 2022, membawa negara itu ke mata publik ketika banyak yang mempertanyakan kesediaan Negara "kecil" itu untuk menjadi penyelenggara acara terbesar di dunia sepak bola. Selain itu, beberapa factor yang membuat penyelenggaraan Piala Dunia menjadi sulit, mulai dari kondisi social poliik yang semakin tidak stabil di Timur Tengah, Toleransi terhadap budaya lain (terutama negara-negara Barat) dan, tentu saja, musim panas yang tidak ramah. Namun, peningkatan visibilitas dan investasi Qatar menunjukkan strategi Qatar untuk menggunakan sport untuk kemajuan dan hubungan internasional.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian kepustakaan. Adapun teknik pengumpulan datanya menggunakan kajian yang ada pada jurnal, buku, dan penelitian-penelitian terdahulu yang mencau pada topik penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Qatar

Qatar merupakan anggota Dewan Kerjasama Teluk (GCC), yang telah mengalami dua krisis diplomatic dengan beberapa Negara GCC. Krisis diplomatic pertama disebabkan oleh aliansi Qatar dengan pihak lain selama insiden Musim Semi Arab. Mirip dengan demokratisasi Mesir, Qatar bergabung dengan pengunjuk rasa dan Ikhwanul Muslimin (IM) (Kristian, 2019). Akses Qatar ke grup tersebut memic IM setelah ketegangan ddengan tiga Negara Dewan Kerjasama Teluk, yaitu Arab Saudi, Uni Emirat Arab (UEA) serta Bahrain.

Digolongkan sebagai kelompok teroris. (Gregory.F, 201). Perbedaan alasan dukungan tersebut kemudian sejalan dengan ketegangan hubungan diplomatik yang muncul pada awal tahun 2001. Setelahnya, pada bulan november 2001 ketegangan itu dapat diselesaikan dengan hubungan Qatar dengan beberapa Negara GCC dinormalisasi (Wardoyo, 2014). Mitra dagang Qatar di kawasan ini ialah Arab Saudi, Bahrain dan Uni Emirat Arab, sehingga secara keseluruhan hubungan Qatar dengan ketiga Negara tersebut baik. ke Qatar, di mana ketiga Negara tersebut memberikan kontribusi signifikan kepada impor dan ekspor pangan Qatar. Ini dapat dilihat melalui perdagangan dunia yang terintegrasi. Pada 2015, impor makanan Qatar dari Uni Emirat Arab ke Amerika Serikat meningkat sebesar \$161 juta dari Arab Saudi sebesar \$19 juta, kata keputusan tersebut. Kemudian. Tahun berikutnya, impor makanan dari Uni Emirat Arab naik menjadi \$181 juta, dan Arab Saudi naik menjadi \$11 juta. Meskipun volume ekspor pada 2015 dan 2016 menunjukkan bahwa Uni Emirat Arab adalah tujuan utama Qatar di Teluk, diikuti oleh Arab Saudi dan Bahrain, hubungan antara Qatar dan negara-negara GCC umumnya tidak bertahan lama. Pada Juli 2017, Arab Saudi, Bahrain, dan Uni Emirat Arab memutuskan hubungan diplomatik dengan Qatar untuk kedua kalinya, diikuti oleh Yordania dan Mesir.

Berbeda dengan krisis diplomasi sebelumnya, dimana Qatar hanya mendapat sanksi berupa penarikan duta besarnya dari Doha. Selama periode ini, tiga Negara Dewan Kerjasama Teluk memberlakukan embargo ekonomi dan transportasi di Qatar (Micheal.J, 2017). Putusnya hubungan diplomatik diawali oleh Arab Saudi sebagai pemain di GCC karena dua alasan. Alasan pertama, karena Qatar diketahui melanggar kesepakatan dengan mendukung golongan yang dianggap teroris. Faktor kedua adalah hubungan Qatar-Iran. Arab Saudi tidak ingin hubungan yang dekat dengan Iran karena Iran adalah musuh Arab Saudi dan Dewan Kerjasama Teluk menganggapnya sebagai sarang teroris. Prasanta (2015) Untuk mengakhiri krisis diplomatik ini, GCC telah mengajukan tiga puluh tiga tuntutan terhadap Qatar. Salah satu isi tuntutan tersebut ialah larangan kepada Qatar menjalin hubungan dekat dengan Iran. Namun Qatar telah melakukan tindakan balasan untuk memenuhi tuntutan tersebut agar tidak merugikan atau melemahkan kedaulatannya. Hal ini disampaikan Emir Tamim bin Hamad dalam pidatonya yang berdurasi 17 menit, di mana ia menolak tuntutan serta tekanan tersebut (Richard.F, 2018). Tiga bulan setelah menolak tuntutan tersebut, pemerintah Qatar mengambil keputusan sebaliknya dan menormalisasi hubungan diplomatik dengan Iran di Agustus 2017.

Hal ini menunjukkan adanya perbaikan hubungan antara Qatar dan Iran, sebagaimana sebelumnya Qatar dan Dewan Kerjasama Teluk memutuskan hubungan diplomatik terhadap Iran pada bulan juni 2016. Pemutusan hubungan diplomatik tersebut

dilakukan sebagai bentuk solidaritas kepada negara-negara Dewan. Eksekusi demonstran Iran dari Kedutaan Saudi dan KJRI 10 menandai awal normalisasi dengan kembalinya duta besar Qatar ke Teheran 11. Setelah itu, Qatar terus meningkatkan hubungan bilateral dengan Iran, antara lain, memperkuat kerjasama ekonomi dan militer. Sebelum normalisasi ini, hubungan Qatar dengan Iran tidak baik.

Selain itu, Qatar bergabung dengan negara-negara Dewan Kerjasama Teluk dalam beberapa acara Musim Semi Arab, menciptakan konflik kepentingan dengan Iran, yang setelahnya dituduh memiliki tujuan anti-Iran. Saat itu, konflik kepentingan ini tampak mengancam hubungan Qatar dengan Iran. Pemulihan hubungan diplomatik dengan Iran membuat Arab Saudi berpikir bahwa Qatar akan mengutamakan keinginan sendiri di atas keamanan negara-negara GCC jika tidak ditanggapi dengan serius. Iran (Ariabarzan, 2017). Keputusan itu menuai kecaman dan kemarahan dari Dewan Kerjasama Teluk. Negara-negara tersebut kemudian menambahkan tuduhan negatif terhadap Qatar, terutama karena mendukung terorisme. Pada tahun 2017, Kantor Perdagangan Internasional melaporkan bahwa inflasi di Qatar telah meningkat selama beberapa bulan sebesar 0%. Hal ini dikarenakan penerapan embargo ekonomi yang menurunkan nilai impor Qatar menjadi 0%. Penerbangan ke dan dari Qatar ditanggguhkan, memaksa Qatar untuk mengalihkan ke Afrika dan Eropa dan menaikkan biaya setiap penerbangan.

Secara ekonomi, perekonomian Qatar awalnya terfokus pada penangkapan ikan serta mutiara, sebab sebagian besar negara berbatasan dengan laut, kecuali Arab Saudi bagian selatan, tetapi industri mutiara runtuh setelah pesaing muncul. Industri mutiara yang dibudidayakan oleh Jepang sekitar tahun 1920-1930, memaksa Qatar untuk mencari sumber pendapatan lain yang tentunya dapat menghasilkan keuntungan yang sangat besar. Ini kemudian berkembang menjadi industri minyak dan gas alam, yang terus menjadi sumber pendapatan utama Qatar. SDA ini pertama kali ditemukan pada tahun 1990. Produksi minyak secara signifikan mengubah negara Qatar yang setelah itu dikenal sebagai negara penghasil minyak dunia. Setelah penemuan minyak di ladang Dukhan pada tahun 1990-an, Qatar mengalami transformasi ekonomi yang signifikan. Sejak saat itu, ekspor gas dan oil menjadi sumber utama pendapatan Qatar (Sorkhabi, 2010). Begitu akibat kekayaan dari produksi minyak dimulai, pendapatan yang disalurkan terhadap pembangunan fasilitas umum misalnya sekolah, rumah sakit, jalan, dll. Dalam kondisi tersebut, Qatar memperbaiki diri karena kondisi negara yang sebelumnya tidak menguntungkan. Terjadi banyak pengangguran dan kemiskinan di antara warganya, yang kemudian menjadi sangat radikal sehingga banyak orang dari luar Qatar mencoba mencari pekerjaan di negara tersebut. Faktanya, jumlah imigran melebihi warga negara Qatar (Snoj, 2017).

*Linchpin* Qatar adalah cadangan minyaknya. Dengan langkah-langkah ini, situasi ekonomi Qatar akan membaik dan kemiskinan akan berkurang. Tentu saja, tidak butuh waktu singkat untuk mengubah kondisi tersebut. Pertumbuhan ekonomi Qatar dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah peran pemerintah Qatar. Karena sebelum mereka menemukan sumber daya gas dan minyak, banyak orang hidup dalam kemiskinan dan tidak ada keinginan mereka sendiri untuk mengelola sumber daya alam tersebut, para pemimpin negara sangat khawatir tentang keadaan rakyatnya.

Qatar berinvestasi dalam olahraga serta minyak dan real estat. Olahraga telah menjadi bidang kegiatan global yang paling terlihat di Qatar. Pada tahun 2012, Qatar Diar, yang dimiliki oleh pemerintah dan perusahaan swasta Inggris Delancey, membeli bagian besar Desa Olimpiade. Qatar Sports Investment (QSI), yang didanai oleh pemerintah, juga melakukan pembelian serupa. penting klub sepak bola di Eropa, Paris Saint Germain; dan membantu mendapatkan *Qatar Foundation* kini *Qatar Airways* untuk mendapatkan sponsor pertama senilai €150 juta dengan FC Barcelona. Ini adalah sponsor pertama FC Barcelona yang memiliki bisnis sponsor. Qatar juga telah menjadi tuan rumah beberapa turnamen olahraga internasional, termasuk Qatar Open Tennis Tournament, Qatar Open Golf Masters, dan Asian Games 2006 dan 2011.

Jika dilihat dari kawasan Asia, kekuatan sepak bola Qatar belum mampu menunjukkan prestasi di kejuaraan regional, baik dari segi klub sepak bola maupun timnas. Klub sepak bola Qatar masih memiliki kualitas yang lebih rendah dibandingkan dengan klub Asia Timur seperti Jepang, Korea Selatan, dan China. Pencapaian terbesar adalah ketika klub sepak bola Qatar bernama *Al-Sadd* lolos ke Piala Dunia Antarklub 2011 setelah menjuarai final *Liga Champions Asia* melawan *Jeonbuk Motors* dari Korea Selatan (Yanuar, 2011). Bahkan di tim nasional Qatar tak mampu menunjukkan kualitasnya di berbagai turnamen. Mereka belum pernah mengikuti ajang terbesar Piala Dunia dan pencapaian tertinggi mereka di Piala Asia adalah mencapai perempat final pada tahun 2000 dan 2011. Tim Qatar lainnya tersingkir di babak penyisihan grup.

Namun, Qatar menganggap sepak bola sebagai sumber daya penting yang terus mengembangkannya dan memperbaiki sistem liga serta melatih pemain sepak bola di usia muda. Kita tahu bahwa sepak bola adalah olahraga paling populer di dunia. Hampir disetiap negara di dunia mengakui sepak bola kemudian menjadikannya salah satu olahraga paling populer. Saking populernya, sepak bola seakan menjadi olahraga yang bisa dinikmati atau dimainkan di level manapun. Sepak bola bukan hanya sekedar olah raga, tetapi dapat memupuk rasa solidaritas melalui konsep amal melalui pertandingan sepak bola. Sepak bola dapat mempengaruhi gerakan politik. Dari beberapa kasus, sepak bola menjadi barometer

ideal bagi hubungan internasional, ketegangan antar negara, dan tujuan nasional (Arafat, 2011).

Contoh argumentasi di atas ialah saat FC Barcelona dimanfaatkan untuk menyalurkan kepentingan suporter mereka yang sebagian besar menginginkan kemerdekaan Catalunya dari Spanyol. Barcelona adalah klub sepak bola terkenal di dunia. Sepak bola dipandang sebagai cara yang tepat untuk mengungkapkan kehendak, yang dalam hal ini adalah kepasrahan, karena sepak bola dapat mengumpulkan begitu banyak orang sehingga kekuatannya juga jauh lebih besar. Contoh lain adalah setiap lima tahun ada turnamen bagus yang mempertemukan semua negara di dunia yaitu Piala Dunia atau event regional seperti Piala EURO, Piala AFC dll. Pada tahun 2002, Piala Dunia diselenggarakan. Korea Selatan dan Jepang, jadi baru pertama kali Piala Dunia berlangsung di benua Asia.

Dalam praktiknya, kedua negara juga menggunakan agenda sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata, budaya dan sebagainya, meskipun hosting membutuhkan banyak uang, selalu menjadi daya tarik negara untuk menerapkan dan memberikan pengaruh positif. Setelah itu sangat mirip dengan sebelumnya, terutama dalam hal biaya operasional. Sepak bola juga bisa menjadi sarana penguatan legitimasi suatu negara, terbukti dengan banyaknya negara baru merdeka yang telah terdaftar sebagai anggota resmi FIFA. FIFA memiliki lebih banyak anggota daripada Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), yang merupakan salah satu organisasi internasional terbesar dengan keanggotaan yang besar (Isharuddin, 2008).

Apabila kita berbicara tentang sepak bola di era sekarang ini, sepak bola tidak hanya dijadikan sebagai olahraga atau gerakan politik saja, tetapi sepak bola juga menjadi ladang bisnis. Sepak bola yang dulunya hanya sekedar "hiburan rakyat" kini mulai menjadi industri yang mampu menghasilkan keuntungan besar. Banyak pebisnis yang menyukai sepak bola sebagai tempat investasi karena saat ini sudah banyak klub sepak bola yang berdiri sendiri dari pemerintah atau bisa dikatakan mandiri terhadap pemerintahannya karena dimiliki oleh perorangan. Sebagian besar klub Eropa dimiliki secara profesional oleh sektor swasta, dan sejumlah besar klub dunia telah menerima sponsor dari berbagai klub di seluruh dunia untuk membangun klub yang mengejar kualitas dan prestasi. Ini membuat sepak bola di seluruh Eropa sangat disukai oleh penggemar. Bisnis-bisnis dari seluruh Eropa, termasuk bisnis dari Asia, berfokus pada sepakbola di Eropa, terutama dari negara Qatar.

Media Dakwah

Media massa berasal dari kata latin *medius* yang secara harfiah berarti mediator, pusat atau pemimpin. Dalam bahasa Inggris, media adalah *form of media* yang berarti media. Wilbur Schraman menjelaskan media sebagai teknologi informasi yang dapat

digunakan dalam pengajaran. Media massa terutama mengacu pada sarana fisik yang menjelaskan isi pesan atau instruksi, seperti buku, film, video, kaset, slide dan lain-lain. Mengenai pengertian dakwah, media adalah media yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada orang gila. Hari ini, seperti hari ini, seperti televisi, video, kaset, majalah, dan surat kabar.

Media massa ialah segala sesuatu yang bisa digunakan untuk memperoleh tujuan tertentu. Jika dakwah ialah segala sesuatu yang bisa dijadikan sarana untuk memperoleh tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya, maka makna dakwah dapat berupa benda atau alat, orang, tempat, keadaan tertentu, dll. Dalam bukunya *Scientific Sciences*, Samsul Munir membagi media menjadi dua bagian: 1) non-media: orang: utusan, kurir, dll b) Kebutuhan: telepon, surat, dll 2) Media: a) Media populer: pertemuan, pertemuannya, seminar, sekolah, dll b) Media massa: banner, buku, brosur, poster, peta, dll c) Majalah cetak dan elektronik: visual, audio, dan audio visual.

Pengguna menggunakan *Youtube* sebagai alat untuk menonton berbagai konten video, pengguna dapat menggunakannya untuk streaming. Namun, media *YouTube* lebih mudah diakses dan menampilkan lebih banyak konten video serta bisa berperan sebagai sarana promosi dalam bentuk video ceramah. Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, tiga mantan karyawan PayPal, mendirikan *YouTube*, sebuah situs berbagi video *online*, pada bulan Februari 2005. Perusahaan, yang berbasis di San Bruno, California, menampilkan berbagai konten video yang dibuat pengguna, seperti klip film, klip televisi, dan video musik. Mereka juga menampilkan konten amatir, seperti vlog, video asli pendek, dan video pendidikan, menggunakan *Adobe Flash Video* dan teknologi HTML5.

Keterkaitan Media Youtube dan Dakwah Qatar

Tujuan yang sama. Seperti media kebanyakan, target *audiens YouTube* ialah publik atau penonton. *Youtube* dalam perkembangannya kini sudah sangat populer di masyarakat. Bahkan dibandingkan dengan koran radio dan televisi, masyarakat lebih memilih *YouTube* sebagai sumber hiburan dan informasi. *Youtube* merupakan cara yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi, karena pesan atau informasi dapat menjangkau khalayak yang sangat luas dan sangat cepat melalui *Youtube*. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa *YouTube* juga merupakan media audiovisual yang artinya dapat dilihat dan didengar. Sebagian besar orang Indonesia menggunakan *YouTube* untuk hiburan dan sebagai sumber informasi utama mereka. Di banyak bagian negara, orang menghabiskan banyak waktu menonton *YouTube*. Di sisi lain, dakwah juga memiliki kelompok sasaran, yaitu kelompok sasaran atau penonton *YouTube*. Jika dakwah Islam bisa menggunakan media ini secara efektif, otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas. Seperti halnya Qatar, Qatar

memanfaatkan *youtube* sebagai media dalam menyebarkan dakwah Islam lewat pertandingan *FIFA WORLD CUP 2022*. Melalui *youtube* Qatar mengenalkan bagaimana Islam yang sangat dijunjung tinggi nilai dan agamanya oleh para masyarakat Qatar.

### Segmentasi

Pembuatan video biasanya didasarkan pada segmentasi penonton, dengan kata lain apa yang diminati penonton. Pada umumnya setiap channel atau video memiliki segmentasinya masing-masing dan dapat dilihat berkali-kali. Misalnya, video atau saluran yang berkaitan dengan diskusi politik, ekonomi, atau agama, dll. Dakwah juga bisa memilih segmentasinya dengan memperhatikan status objek mad'u. *Milenial Mad'u* semisal harus dihubungi dengan strategi yang cocok terhadap mereka, seperti sinetron, musik, dll. Dakwah dapat menggunakan berbagai segmen pemirsa *YouTube* untuk menjangkau dan memengaruhi mereka.

Setelah unggahan pertama dan live streaming youtube saat pertandingan FIFA WORLD CUP 2022, penonton yang menjamahnya berjuta-juta penonton dari seluruh sudut dunia. Dengan banyaknya penonton youtube tersebut maka semakin banyak yang mengenal Islam lewat pertandingan bola.

### Kesamaan Kebutuhan

Karena kesamaan tujuan *YouTube* serta dakwah, dua hal ini memiliki kebutuhan yang sama. *Youtube* membutuhkan penonton secara kuantitas dan kualitas. Semakin banyak penonton, semakin baik Youtube dan apakah beberapa penonton menjadi penonton setia. Kesaksian video biasanya dapat membangun *audiens* yang kuat. Dakwah dapat memanfaatkan kesempatan ini jika ditangani secara kreatif.

### Menjadikan Youtube sebagai Media Dakwah Islam Qatar Kepada Dunia Lewat FIFA CUP WORLD 2022

Seiring dengan perkembangan teknologi, metode dakwah terus berubah serta berkembang tanpa menghilangkan esensi dakwah itu sendiri. Dakwah tidak hanya melalui pernyataan adat dan ceramah yang diberikan di masjid atau forum tertentu. Kegiatan dakwah memanfaatkan perkembangan teknologi saat itu. contohnya ialah media *Youtube*.

Pemanfaatan Youtube Dalam Dakwah Qatar Melalui Pelaksanaan FIFA WORLD CUP 2022. Piala Dunia FIFA 2022 adalah final ke-22 Piala Dunia FIFA, sebuah turnamen sepak bola tahunan yang diperebutkan oleh tim pria senior FIFA. Turnamen ini akan diadakan di Qatar dari 20 November sampai 18 Desember 2022 dan ini adalah pertama kalinya bagi Qatar menjadi tuan rumah.

Qatar adalah tuan rumah pertama Piala Dunia FIFA di Semenanjung Arab yang mayoritas Muslim. Piala Dunia 2022 juga menjadi yang kedua yang diselenggarakan

sepenuhnya di Asia, setelah diselenggara di Korea Selatan dan Jepang pada tahun 2002.

Namun, di balik kemeriahan pertandingan sepak bola tahun ini adalah daya tarik Qatar, negara yang kental dengan syariat Islam. Persiapan menyambut Piala Dunia FIFA 2022 menjadi perhatian seluruh masyarakat dunia. Qatar berhasil menghadirkan nilai-nilai Islam dan budaya hidup warga Qatar yang mendukung keimanannya kepada seluruh pengunjung Piala Dunia yang sedang berlangsung. Pada acara pembukaan laga tersebut dibuka dengan membacakan ayat suci Al Quran yang menjelaskan tentang ke Maha Besaran Tuhan dan terciptanya negeri dengan bangsa yang berbeda-beda. Tidak hanya itu, Qatar juga mengumandangkan azan dan memberhentikan pertandingan ketika waktu shalat masuk. Pemerintah Qatar juga mengerahkan ratusan petugas keamanan dan aktivis dakwah untuk menjaga lapangan bola dari alkohol, seks, dan juga LGBT.

#### SIMPULAN

Qatar berhasil menghadirkan nilai-nilai Islam dan budaya hidup warga Qatar yang mendukung keimanannya kepada seluruh pengunjung perhelatan Piala Dunia yang sedang berlangsung. Pada acara pembukaan laga tersebut dengan membacakan ayat suci Al Quran yang menjelaskan tentang keMaha Besaran Tuhan dan terciptanya negeri dengan bangsa yang berbeda-beda. Tidak hanya itu, Qatar juga mengumandangkan azan dan memberhentikan pertandingan ketika waktu shalat masuk. Pemerintah Qatar juga mengerahkan ratusan petugas keamanan dan aktivis dakwah untuk menjaga lapangan bola dari alkohol, seks, dan juga LGBT. Lewat penayangan youtube pertandingan bola FIFA WORLD CUP 2022 Islam menjadi lebih dikenal dan dicintai oleh seluruh sudut negeri.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Coates, Kristian. U. (2019). *Qatar and the Arab Spring: Political Divers and Regional Implications*. Washington: Carnegie Endowment for International Peace.
- Falks, Richard. (2018). The Gulf Crisis Reassessed. *Jurnal Kebijakan Luar Negeri*.
- F. Gregory Gause III. (2017). *What the Qatar Crisis Shows Shows for the Middle East*. Dalam Krisis Qatar. Proyek Ilmu Politik Timur Tengah.
- Jones, Micheal. (2017). *What's Happening to Qatar?*. Bagian dari Krisis Qatar. Proyek Ilmu Politik Timur Tengah.
- Kumar Pradhan, Prasanta. Qatar Crisis and the Deepening Regional Faultlines. *Strategic Analysis*, 42(4), 437-442.
- Mohammadi, Ariabazan. (2017). Arabic Cataract Discourse and Practice in the Midterranean, *MedReset Working Paper*, (6).

News, Gulf. (2017). *13 tuntutan apa yang telah diajukan ke Qatar?*,  
<https://gulfnews.com/world/gulf/qatar/whatare-the-13-demands-given-to-qatar-1>.  
diakses 6 September 2023

Wardoyo, Broto. (2018). Rivalitas Saudi – Qatar dan Skenario Krisis Teluk. *Jurnal Hubungan Internasional*, 7(1), 3-4.