

## RINGKASAN

Pemerintah Brazil menyadari bahwa penyelenggaraan Piala Dunia 2014 akan menarik minat masyarakat khususnya masyarakat internasional untuk berkunjung ke Brazil. Hal ini tentunya akan sangat berpengaruh pada meningkatnya jumlah kedatangan wisatawan asing ke Brazil. Oleh sebab itu Pemerintah Brazil melalui Kementerian Pariwisata merancang suatu rencana strategis dalam meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Brazil, yaitu *Aquarela Plan 2020*. Salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh Pemerintah Brazil pada *Aquarela Plan 2020* yaitu untuk memenuhi target kunjungan wisatawan asing dengan memanfaatkan penyelenggaraan Piala Dunia 2014. Kesempatan untuk menyelenggarakan *event* olahraga berskala global seperti ini selalu memiliki resiko yang pada dasarnya akan merusak citra suatu negara daripada meningkatkannya, dan dalam kasus Brazil, *nation branding* yang sukses dilakukan Brazil melalui Piala Dunia 2014 berarti akan menciptakan suatu *brand* yang positif. Ini adalah kesempatan *nation branding* yang tidak hanya akan membuktikan Brazil sebagai pemain dalam dunia ekonomi dan pelaku perdagangan, namun kedepannya akan mampu meningkatkan pariwisata yang berjangka panjang.

Di Brazil, wacana mengenai *nation branding* sudah ada sejak tahun 2007 pada saat Brazil terpilih sebagai tuan rumah Piala Dunia 2014 pada proses *Bidding* Piala Dunia yang diselenggarakan oleh FIFA, serta masuk dalam *Aquarela Plan 2020* yang dicanangkan oleh pemerintah Brazil untuk menjadikan Brazil sebagai negara tujuan wisata internasional. Tujuan *nation branding* adalah untuk meningkatkan citra sebuah negara dan diharapkan mampu menciptakan investasi, turis, penciptaan lapangan kerja dan ekspor, warisan budaya.

Kata Kunci: Brazil, FIFA, Piala Dunia, *Aquarela Plan 2020*, Nation Branding, Pemerintah, wisatawan.

## **SUMMARY**

*The Brazilian government realizes that the 2014 World Cup will attract people, especially the international community, to visit Brazil. This will certainly greatly affect the increasing number of foreign tourists arriving to Brazil. Therefore the Government of Brazil through the Ministry of Tourism to design a strategic plan in increasing the number of tourists visiting Brazil, the Aquarela Plan 2020. One of the goals to be achieved by the Government of Brazil on the Aquarela Plan 2020 is to meet the target of foreign tourists visiting by using the Cup World 2014. The opportunity to organize a global-scale sport event like this always has a risk that will essentially damage the image of a country rather than increase it, and in the case of Brazil, Brazil's successful nation branding through the 2014 World Cup means it will create a positive brand. This is a nation branding opportunity that will not only prove Brazil as a player in the world economy and trade players, but in the future will be able to increase long-term tourism.*

*In Brazil, the discourse on nation branding has been around since 2007 when Brazil was selected as the host of the 2014 World Cup in the FIFA World Cup bidding process, and entered the Aquarela Plan 2020 launched by the Brazilian government to make Brazil a destination country international. The purpose of nation branding is to enhance the image of a country and is expected to create investment, tourists, job creation and export, cultural heritage.*

*Keywords: Brazil, FIFA, World Cup, Aquarela Plan 2020, Nation Branding, Government, tourists.*