ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi apa saja yang digunakan oleh Brasil untuk meningkatkan pariwisata melalui acara olahraga bernama Piala Dunia 2014. Sejak abad ke-20 pendapatan utama Brasil sudah beralih dari manufaktur ke sektor pariwisata yang memicu Brasil untuk mengajukan diri menjadi tuan rumah Piala Dunia pada tahun 2014, lantas menjadi menarik untuk diteliti bagaimana sebuah negara yang sudah tumbuh menjadi negara pariwisata mengorganisir sebuah acara besar seperti Piala Dunia. Inovasi dan strategi apa saja yang dilakukan oleh Brasil untuk meningkatkan pariwisatanya saat Piala Dunia, mengingat ada beberapa faktor yang menjadi tantangan bagi Brasil diantaranya tingkat kriminalitas yang tinggi, protes dari masyarakat yang merasa tidak adil dengan anggaran Piala Dunia, dan infrastruktur yang belum memadai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji secara mendalam strategi apa saja yang digunakan oleh Brasil, hasil penelitian mengatakan Brasil berhasil untuk meningkatkan pariwisata saat Piala Dunia 2014 dengan menggunakan diplomasi publik, yaitu manajemen berita dan komunikasi strategis.

Kata kunci: **Brasil, Piala Dunia, Diplomasi Publik, Strategi, Media masa**