

ABSTRAK

Brazil terpilih menjadi tuan rumah olimpiade pada tahun 2009. Namun, pandangan skeptis muncul dari banyak kalangan mengenai kapasitas Brazil sebagai tuan rumah olimpiade. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya permasalahan domestik yang masih belum diselesaikan sehingga hal tersebut berpengaruh pada citra negara. Brazil menyadari hal tersebut sehingga mereka berupaya untuk memulihkan citra buruk tersebut dengan memanfaatkan momentum olimpiade ini sebagai *nation branding* negara. Selain itu, hal tersebut dilakukan karena Brazil memiliki kepentingan yang dimana mereka juga ingin mendapatkan keuntungan dari momen olimpiade tersebut dengan meningkatkan sektor-sektor seperti ekonomi dan pariwisata. Penelitian ini merupakan pembahasan mengenai bagaimana upaya Brazil dalam memanfaatkan momentum olimpiade ini sebagai *nation branding* bagi mereka.

Kata Kunci: Olimpiade, *nation branding*, Brazil

ABSTRACT

Brazil has become the elected host country for the 2009 Olympic Games. However, this achievement was followed by a rise of skeptical views from many circles regarding Brazil's capacity as host of the Olympics. This is due to the large number of domestic problems that have not yet been resolved and will adversely affected the country's image. Brazil was aware of this condition, so Brazil was strived to restore the country's bad image by utilizing the momentum of this Olympics as a nation branding for the country's image. Furthermore, this was done because of nation's interest in which Brazil wanted to gain benefit from the momentum of the Olympics by increasing performance in several sector such as the economy and tourism sector. This research is a study on Brazil's efforts in utilizing this Olympics momentum as a restoration of their nation branding.

Keyword: Olympics, nation branding, Brazil