

## ABSTRAK

Piala Dunia FIFA 2006 adalah sebuah kejuaraan sepak bola internasional yang putaran finalnya berlangsung di Jerman dari 9 Juni hingga 9 Juli 2006. Piala Dunia 2006 ini merupakan Piala Dunia FIFA yang ke-18 dan merupakan Piala Dunia kedua yang diselenggarakan di Jerman. Untuk pertama kalinya, Surya Citra Televisi (SCTV) menayangkan siaran kejuaraan sepak bola Piala Dunia 2006, dengan menjadi *The Exclusive and Official TV Broadcast for FIFA World Cup 2006 in Indonesia*. SCTV menjadi satu-satunya stasiun televisi di Indonesia yang mendapat hak siar eksklusif untuk menayangkan 64 pertandingan, baik secara langsung maupun tunda serta babak final pada 9 juli di Berlin. Disamping itu, sesuai dengan isi kontrak, SCTV pun menayangkan kegiatan-kegiatan internasional yang termasuk ke dalam kalender resmi Federasi Sepak Bola Internasional (FIFA) pada 2003-2006.

Komunikasi pemasaran yang dilakukan SCTV dalam mensosialisasikan even Piala Dunia 2006 menggunakan bauran promosi yaitu periklanan yang dijadikan media utama. SCTV juga menggunakan media televisi yakni SCTV sendiri, 24 radio dari berbagai kota besar di Indonesia sesuai dengan jumlah pendengar dan disesuaikan dengan segmentasi dan targeting even Piala Dunia 2006. SCTV juga menggunakan *website*, surat kabar, majalah, tabloid, *Billboard*, umbul-umbul, spanduk dan *merchandise* untuk mendukung kegiatan kampanye periklanannya. Selain itu SCTV juga menggunakan promosi penjualan yang diselenggarakan melalui promo *on air* dan promo *off air* yang meliputi Program utama, Promo *image World Cup 2006*, Promo regular, Tebak bola di 32 mall, Kampung *World Cup 2006*, Karnaval *World Cup 2006*, Nonton bareng *World Cup 2006* dan Nona gila bola. Kegiatan *Public Relation* juga dimanfaatkan dengan baik seperti *press release* setiap harinya yang diterbitkan satu minggu tiap media, baik acara yang diselenggarakan SCTV sampai pada artikel-artikel yang berhubungan dengan isu-isu terkini Piala Dunia 2006. Konferensi pers yang dihadiri oleh berbagai media baik cetak maupun elektronik ikut membantu dalam sosialisasi even Piala Dunia 2006 serta pameran yang memberikan banyak pilihan *marcendise* juga ikut menyukkseskan komunikasi pemasaran SCTV.

Melalui strategi tersebut SCTV terbilang sukses dalam mensosialisasikan even Piala Dunia 2006 kepada pecinta sepak bola pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Hal ini dapat diukur dengan efektifitas acara yang selalu ramai dan dibayangi banyak masyarakat serta...