



ABSTRACT

Globalization has created a world without boundaries in a single market that leads to a massive flow of goods/services, people, as well as culture. This also causes country to one another become more related, interdependent, and competing with each other. Finally, the strategy to gain the competition can not be separated from how country adopts the idea of a nation brand. One indicator of the nation brand has been provided by Anholt-GfK Roper through the Nation Brands Index, where at the beginning of it launched, Brazil was ranked among the other developing countries. The focus of this thesis was to analyze what strategies are being implemented by Brazil in developing a nation brand, so that it can occupy the highest position among other developing countries. Using the conceptual framework of public diplomacy and nation branding strategy, the authors found that Apex-Brazil, created by President Lula, could increase inward investment and nation brand at the same time.

Key words: Brazil, Apex-Brazil, publik diplomacy, nation brand, nation branding strategy



ABSTRAKSI

Era globalisasi telah menciptakan dunia tanpa batas dalam sebuah pasar tunggal yang menuntun kepada arus pertukaran barang/jasa, orang, dan kebudayaan antarnegara secara masif. Hal ini pula yang menyebabkan negara satu dengan negara yang lain menjadi lebih terkait, saling bergantung, sekaligus saling bersaing. Pada akhirnya strategi untuk memenangkan kompetisi tersebut tidak dapat dipisahkan dari bagaimana negara mengadopsi ide *nation brand*. Salah satu indikator *nation brand* telah disediakan oleh Anholt-GfK Roper melalui Nation Brands Index (NBI), di mana pada awal mula NBI ini diluncurkan, Brazil menduduki peringkat teratas di antara negara berkembang lainnya. Fokus tesis ini adalah menganalisis strategi apa yang dijalankan oleh Brazil dalam mengembangkan *nation brand*, sehingga dapat menempati posisi tertinggi di antara negara berkembang lainnya. Menggunakan kerangka konseptual diplomasi publik dan strategi *nation branding*, penulis menemukan bahwa Apex-Brazil yang dibentuk Presiden Lula mampu meningkatkan investasi masuk dan *nation brand* di saat yang bersamaan.

Kata kunci: Brazil, Apex-Brazil, diplomasi publik, *nation brand*, strategi *nation branding*