



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	3
KATA PENGANTAR.....	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL, GRAFIK DAN GAMBAR.....	8
DAFTAR SINGKATAN.....	9
ABSTRACT	10
ABSTRAKSI.....	11
BAB I PENDAHULUAN.....	12
1.1. Latar Belakang.....	12
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tinjauan Literatur	14
1.4. Kerangka Konseptual	17
1.4.1. Diplomasi Publik dan <i>Nation Brand</i>	17
1.4.2. <i>Nation Brand</i> dan <i>Nation Branding</i>	21
1.4.3. Strategi <i>Nation Branding</i>	24
1.4.4. Simon Anholt-Gfk Roper Nation Brands Index	27
1.5. Argumen Utama	31
1.6. Metode Penelitian	32
1.7. Jangkauan Penelitian	32
1.8. Sistematika Penulisan	32
BAB II EVOLUSI DAN PRAKTIK NATION BRANDING	34
2.1. Evolusi <i>Nation Brand</i>	34
2.1.1. Identitas Nasional	35
2.1.2. <i>Country of Origin</i>	38
2.1.3. <i>Place Branding</i>	40
2.2. Bagaimana <i>Nation Brand</i> Bekerja.....	42



2.3. Kritik terhadap Praktik <i>Nation Brand</i>	45
BAB III AGENDA INTEGRASI BRAZIL KE DALAM EKONOMI DUNIA	48
3.1. Sejarah Ekonomi Modern Brazil: Dari <i>State-Driven Development</i> ke <i>Neo-Liberalisme</i>	48
3.2. Kebijakan Ekonomi Brazil pada Masa Pemerintahan Lula da Silva....	52
3.2.1. Mendorong Investasi Asing	53
3.2.2. Peningkatan Ekspor dan Investasi Keluar	55
BAB IV APEX-BRASIL SEBAGAI STRATEGI BRAZIL MEMBANGUN NATION BRAND	57
4.1. Apex-Brasil.....	57
4.1.1. Visi dan Misi Apex-Brasil	58
4.1.2. Proyek Utama Apex-Brasil.....	60
4.1.3. Struktur Nasional dan Internasional	62
4.1.4. Cakupan Layanan	63
4.1.5. Kerangka Rantai Nilai Apex-Brasil.....	66
4.1.6. Agenda Apex-Brasil di Luar Negeri.....	69
4.2. Analisis Apex-Brasil sebagai Strategi Pengembangan <i>Nation Brand</i> Brazil	71
4.3. Dampak Apex-Brasil terhadap <i>Nation Brand</i> Brazil.....	74
BAB V PENUTUP	80
DAFTAR PUSTAKA	83