

INTISARI

Pendirian pusat kebudayaan merupakan salah satu cara bagi suatu negara untuk menyebarkan kebudayaannya ke negara lain. Keberhasilan peran ini kemudian membuat negara kemudian menggunakan pusat kebudayaan sebagai media untuk memproyeksikan citra tertentu kepada publik lokal. Tesis ini akan membahas mengenai peran *Institut Français d'Indonésie* sebagai pusat kebudayaan Prancis dalam kaitannya dengan pembentukan citra Prancis di Indonesia. Tesis ini menggunakan teknik analisis kualitatif dengan pengumpulan data melalui kajian pustaka, wawancara, dan penyebaran angket. Penelitian lapangan dilakukan di kota Jakarta dan Yogyakarta. Konsep diplomasi publik dan *nation-branding* digunakan sebagai fondasi dalam menganalisis data yang telah didapatkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa IFI mempunyai peran penting dalam hubungan Prancis dan Indonesia. Prancis menggunakan IFI untuk mengkomunikasikan citra sebagai negara yang hebat dan tidak eksklusif kepada publik Indonesia. Publik Indonesia menerima dengan baik citra tersebut.

Kata kunci : diplomasi, *nation-branding*, Prancis, *Institut Français*

ABSTRACT

The establishment of cultural center is a way for state to promote its culture abroad. Then state uses cultural center to project a certain image abroad following its success in promoting culture. This thesis will discuss the role of *Institut Français d'Indonésie* French cultural center in Indonesia in shaping an image through culture to local public. This thesis used qualitative data analysis technique through data collected from literature researches, interviews, and questionnaires. Field researches were conducted in Jakarta and Yogyakarta. The concept of public diplomacy and nation-branding were used as a foundation in analyzing the data.

The result of this research showed the importance of IFI in the bilateral relation between France and Indonesia. France uses IFI to project its image as a great country yet inclusive to local public. This image is well received by Indonesian public.

Keywords : diplomacy, nation-branding, France, *Institut Français*