

**IMPLIKASI PENINGKATAN *NATION BRANDING FASHION*
INDONESIA TERHADAP EKSPOR DAN PENGGUNAAN *FASHION*
INDONESIA DI AMERIKA SERIKAT PERIODE 2013 – 2018**

Dian Rintari

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana implikasi peningkatan *Nation Branding Fashion* Indonesia terhadap ekspor dan penggunaan *Fashion Indonesia* di Amerika Serikat periode 2013 – 2018. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan mengkaji implikasi dan peluang *Nation Branding Fashion* Indonesia di Amerika Serikat pada periode 2013 - 2018 yang digunakan sebagai alat Diplomasi Publik *Fashion* Indonesia. Dalam pelaksanaannya, terbukti bahwa subsector *Fashion* Indonesia mengalami peningkatan hingga menjadi satu dari tiga subsektor dengan hasil tertinggi Bersama dengan kuliner dan kriya. Amerika Serikat merupakan negara yang kerap menjadi tujuan utama target ekspor dan pangsa masyarakat internasional bagi subsector *Fashion*. Metode yang dipakai untuk penelitian ini adalah Metode Kualitatif. Selain itu, ada dua kerangka konseptual yang dipakai dalam penelitian ini, *National Branding*, Diplomasi Publik.

Kata Kunci: *National Branding*, *Fashion* Indonesia, Ekspor, Masyarakat Internasional, Bekraf

**THE ROLE OF *BADAN EKONOMI KREATIF (BEKRAF)* ON
IMPROVING *NATIONAL BRANDING OF INDONESIAN FASHION*
PERIOD 2013 - 2018**

Dian Rintari

ABSTRACT

This study discusses how the implications of increasing Indonesian Fashion Nation Branding towards the export and use of Indonesian Fashion in the United States for the period 2013 - 2018. The aim is to identify and examine the implications and opportunities of Indonesian Nation Branding Fashion in the United States in the 2013-2018 period which is used as a tool Indonesian Fashion Public Diplomacy. In its implementation, it is evident that the Fashion Indonesia subsector has increased to become one of the three sub-sectors with the highest results Together with culinary and craft. The United States is a country that is often the main destination for export targets and the share of the international community for the Fashion subsector. The method used for this study is the Qualitative Method. In addition, there are two conceptual frameworks used in this study, National Branding, Public Diplomacy.

Keywords: Nation Branding, Indonesian Fashion, Exports, International Society,
Bekraf