

ABSTRAK

Diplomasi Kebudayaan merupakan suatu upaya dalam melakukan pertukaran gagasan, informasi, seni dan aspek budaya lainnya antar negara dan masyarakatnya untuk menumbuhkan saling pengertian. Diplomasi kebudayaan dilakukan oleh KBRI Bucharest pada tahun 2018-2021 sebagai upaya untuk meningkatkan *Nation Branding* Indonesia di Rumania. Yang melatarbelakangi penulis membuat skripsi ini didasarkan pada masih kurang optimalnya *nation branding* Indonesia di Rumania. Peningkatan *nation branding* tersebut terbilang penting dikarenakan reputasi suatu negara yang dimilikinya menjadikan negara tersebut lebih mudah mendapatkan aspek penting berupa ketertarikan hingga kepercayaan sebelum melaksanakan kerja sama bilateral dengan negara lain yang kemudian dapat memenuhi tujuan politik luar negeri negara tersebut.

Penelitian ini menggunakan Metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dibantu oleh studi kepustakaan. Hasil penelitian pada skripsi ini menunjukkan diplomasi kebudayaan untuk meningkatkan *nation branding* yang diupayakan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia Bucharest berhasil dilakukan. Berdampak terhadap peningkatan angka pariwisata hingga sektor lainnya serta nilai citra nasional positif yang meningkat tiap periodenya. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran sebagai berikut: KBRI Bucharest sebaiknya lebih mengoptimalkan teknologi digital serta menggandeng publik figur ternama Rumania serta Indonesia untuk lebih memperluas jangkauan terhadap pembentukan opini masyarakat Rumania atas Indonesia.

Kata Kunci: Diplomasi Kebudayaan, KBRI Bucharest, *Nation Branding*, Indonesia, Rumania

ABSTRACT

Cultural Diplomacy is an effort to exchange ideas, information, art and other cultural aspects between countries and their communities to build mutual understanding. Meanwhile, cultural diplomacy efforts were carried out by the Indonesian Embassy in Bucharest in 2018-2021 as an effort to increase Indonesia's Nation Branding in Romania. The background of the writer in making this thesis is based on the condition of Indonesian nation branding in Romania is still not optimal. Increasing nation branding is quite important because the reputation of a country may make it easier for that country to get important aspects in the form of interest and trust before carrying out bilateral cooperation with other countries which may fulfill the goals of the country's foreign policy.

The research method is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of interviews and assisted by literature review that based on books. The results of the research in this thesis show that cultural diplomacy to improve nation branding which was attempted by the Indonesian Embassy in Bucharest has been successful. Tourism numbers and other sectors have increased and the value of a positive national image has increased each period, but in 2020 there were yield constraints due to the Covid-19 pandemic. Based on the research results and conclusions, the researchers provide the following suggestions: The Indonesian Embassy in Bucharest should optimize digital technology more and work with well-known Romanian and Indonesian influencers to further expand the reach of forming Romanian public opinion on Indonesia.

Keywords: Cultural Diplomacy, Indonesian Embassy Bucharest, Nation Branding, Indonesia, Romania