

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan upaya Indonesia dalam meningkatkan citra nasionalnya di Bulgaria. Indonesia telah menjalin hubungan diplomatik dengan Bulgaria sejak lama sejak tahun 1968. Sejak itu, kedua negara juga melakukan kerjasama bilateral di berbagai bidang seperti kerjasama ekonomi dan sosial-budaya. Walaupun mengalami peningkatan, kerja sama antara kedua negara ini masih belum mencapai potensi yang maksimal dan masih banyak peluang yang dapat ditingkatkan. Selain itu, berdasarkan survei yang dilakukan oleh kedutaan Indonesia di Sofia, Indonesia masih belum banyak diketahui oleh masyarakat Bulgaria. Banyak dari mereka tidak tahu informasi-informasi dasar tentang Indonesia, seperti di mana letaknya, apa bahasa nasional yang diucapkan oleh orang-orangnya dan lain sebagainya. Maka dari itu, Indonesia memiliki kepentingan nasional utama di Bulgaria, yang salah satunya adalah untuk meningkatkan *nation brand*, yang bisa dicapai dengan melakukan upaya melalui diplomasi budaya. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif melalui sumber pertama dan sekunder dari, buku, jurnal, dan situs web.

This study aims to explain Indonesia's efforts in improving its nation brand in Bulgaria. Indonesia has established diplomatic relations with Bulgaria for a long time precisely since 1968. Since then, the two countries have also twine bilateral cooperation in various fields such as economic and socio-cultural cooperations. Despite the increase, cooperation between these two countries is still not reaching the maximum of its potency and there are still many opportunities that can be improved. Moreover, based on a survey conducted by the Indonesian embassy in Sofia, Indonesia is still not widely known by the Bulgarian society. Many of them do not know some basic informations about Indonesia, such as where this country is located, what is the

national language spoken by its people and so on. It makes Indonesia has a major national interest in Bulgaria, which one of them is to increase the nation brand, to be achieved by making efforts through cultural diplomacy. This research use qualitative methodology through first and secondary sources from interview, books, journal, and website.

Keywords: *Nation brand, cultural diplomacy.*