

UPAYA PEMERINTAH INDONESIA UNTUK MEWUJUDKAN NATION
BRANDING MELALUI KERJA SAMA DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS (KEK)
NONGSA DIGITAL PARK KOTA BATAM TAHUN 2018 - 2023

SKRIPSI



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Oleh:

HENDRA WAHYUNAS

20323123

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

**UPAYA PEMERINTAH INDONESIA UNTUK MEWUJUDKAN NATION
BRANDING MELALUI KERJA SAMA DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS (KEK)
NONGSA DIGITAL PARK KOTA BATAM TAHUN 2018 - 2023**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

HENDRA WAHYUNAS

20323123

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

**UPAYA PEMERINTAH INDONESIA UNTUK MEWUJUDKAN NATION
BRANDING MELALUI KERJA SAMA DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS
(KEK) NONGSA DIGITAL PARK KOTA BATAM TAHUN 2018 - 2023**

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



1 Enggar Furi Herdianto, S.I.P., M.A.



2 Hangga Fathana, S.IP., B.Int.St., M.A.



3 Mohamad Rezky Utama, S.IP., M.Si.



PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

14 Juni 2024



Hendra Wahyunas

HALAMAN MOTTO

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga
ia kembali."

(HR Tirmidzi)

مَنْ جَدَّ وَجَدَّ

Man jadda wajada

Artinya: "Barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan berhasil."
(Q.S Al Baqarah ayat : 286)

"Semangatlah dalam hal yang bermanfaat untukmu, minta tolonglah kepada Allah SWT dan
jangan patah semangat"

(Abu Hurairah RA, Rasulullah SAW)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, pertolongan serta kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari motivasi, dukungan, serta bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, disini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Fatchul Wahid, ST., M.sc., PhD., selaku rektor dari kampus Universitas Islam Indonesia yang saya hormati.
2. Dr. Phil. Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan nasihat, bimbingan serta arahan.
3. Ibu Karina Utami Dewi, S.I.P., M.A. selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Mohon maaf apabila penulis selama menjadi mahasiswa, penulis sering melakukan kesalahan. Semoga selalu diberikan kesehatan dan umur panjang serta diberikan kelancaran dalam segala urusan.
4. Bapak Enggar Furi Herdianto, S.I.P.,M.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih sudah memberikan bimbingan, saran serta arahan selama proses penulisan skripsi
5. Kepada seluruh Dosen Hubungan Internasional Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan banyak pelajaran, tidak hanya ilmu akan tetapi hal mengenai

kehidupan yang berhasil penulis dapatkan dari Bapak dan Ibu semua. Semoga selalu dalam keadaan sehat.

6. Kepada Pihak BP Batam khususnya bidang Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) yang telah mengizinkan saya untuk mengambil data terkait peneliti

7. Kepada Pihak Nongsa Digital Park yang telah menyempatkan waktu untuk wawancara terkait penelitian saya

8. Kepada kedua orang tua saya yang telah mendukung apapun setiap langkah saya dalam melakukan kegiatan dan juga sebagai niat pribadi untuk tumbuh lebih baik dan dewasa karena orang tua.

9. Kepada Pengurus dan alumni Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat FPSB yang telah menjadi rumah kedua sebagai sebuah kekeluargaan di Yogyakarta.

10. Rekan organisasi Lembaga Eksekutif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia periode 2021/2022 khususnya bidang Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat yang telah mendukung, mendoakan dan memberi semangat penulis dalam menyelesaikan penelitiannya. Terima kasih atas segala hal yang diberikan.

11. Sahabat dari awal perkuliahan yakni Hafiz, Faisal, dan Dimas yang selalu ada bersama sama dan membantu kelancaran penulis menyelesaikan proses penulisan skripsi.

12. Terima kasih untuk seseorang yang selalu *exited* mengingatkan penulis untuk selalu semangat. Terima kasih atas hal apapun yang diberikan kepada penulis, mungkin tanpanya, penulis tidak akan melampiaskan semua rasa yang diberikannya dengan cara mengejar gelar S-1.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Cakupan Penelitian.....	5
1.5 Tinjauan Pustaka.....	6
1.6 Kerangka Pemikiran.....	9
1.7 Argumen Sementara.....	13
1.8 Metode Penelitian.....	14
1.8.1 Jenis Penelitian.....	15
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	15
1.8.3 Metode Pengumpulan Data.....	15
1.8.4 Proses Penelitian.....	16
1.9 Sistematika Pembahasan.....	16
BAB 2 NATION BRAND IDENTITY.....	18
2.1. Nation Brand Identity	
2.1.1 Icon.....	19
2.2 Kota Batam sebagai Wilayah Teritorial.....	23
2.2.1 Nongsa Digital Park	26
BAB 3 COMUNICATORS OF NATION IDENTITY.....	31
3.1. Komunikasi Pemasaran.....	31
3.2 Kebijakan Pemerintah.....	36
BAB 4 Nation Brand Identity.....	40
4.1 Konsumen Domestik.....	41
4.2 Konsumen Luar Negeri.....	43
4.3 Investasi Asing.....	44
4.4 Media.....	47

BAB 5 PENUTUP.....	51
2.1 Kesimpulan	51
1. Nation Brand Identity.....	50
2. Communicators Of Nation Brand Identity.....	52
3. Nation Brand Image.....	52
2.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Teori Nation Branding Keith Dinnie.....	14
Gambar 3.1 Bukti Komunikasi Pemasaran.....	31
Gambar 4.1 Kegiatan Pendidikan di NDP.....	41
Gambar 4.2 Bukti Konsumen Luar Negeri di NDP.....	42
Gambar 4.3 Media Pemberitaan NDP.....	48
Gambar 4.4 Media Pemberitaan NDP.....	49

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis usaha pemerintah Indonesia dalam mewujudkan Nation branding melalui *Nongsa Digital Park* sebagai tempat kerja sama dengan Singapura untuk membangun identitas ekonomi digital di Kota Batam. Indonesia dan Singapura memiliki kerjasama bilateral untuk mengoptimalkan lokasi strategis, Kota Batam sebagai tempat untuk investasi dan proyek nasional. Indonesia kemudian memanfaatkan hal tersebut dengan menjalin kerja sama bilateral dengan Singapura di *Nongsa Digital Park* sebagai langkah strategis pemerintah Indonesia dalam bidang pengembangan sektor ekonomi digital.

Penulis menggunakan teori *Nation branding* yang dikemukakan oleh Keith Dinnie dengan mengacu kepada tahapan-tahapan yang dijadikan sebagai parameter analisis teori.

Kata Kunci : *Nation Branding, Nongsa Digital Park, Pemerintah Indonesia, Singapura.*

ABSTRACT

This research aims to analyze the Indonesian government's efforts to realize Nation branding through Nongsa Digital Park as a place for collaboration with Singapore to build a digital economic identity in Batam. Indonesia and Singapore have bilateral cooperation to optimize the strategic location of Batam City as a place for investment and national projects. Indonesia then took advantage of this by establishing bilateral cooperation with Singapore in Nongsa Digital Park as a strategic step for the Indonesian government in the digital economy sector.

The author uses the Nation branding theory proposed by Keith Dinnie by referring to the stages used as parameters for theoretical analysis.

Keywords: *Nation Branding, Nongsa Digital Park, Government of Indonesia, Singapore.*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi yang ditandai dengan kemajuan pesat di berbagai bidang telah memberikan tantangan dan transformasi signifikan terhadap tantangan internasional. Proses ini telah meningkatkan integrasi ekonomi, budaya, dan komunikasi lintas negara, mempengaruhi berbagai aktor dalam hubungan internasional, termasuk negara, masyarakat, dan dunia usaha. Seperti virus yang mempengaruhi organisme, globalisasi menuntut sistem kekebalan yang komprehensif agar semua pihak yang terpengaruh dapat beradaptasi. Bagi negara, globalisasi memiliki arti penting dalam menjaga stabilitas dan memenuhi kebutuhan domestik. Dalam konteks ini, transformasi ekonomi digital menjadi vital, memungkinkan negara untuk memperluas akses pasar dan menciptakan lapangan kerja baru. Ahli seperti Armstrong (2020) dan Pahwa (2023) menggarisbawahi bahwa ekonomi digital mengubah pasar, model bisnis, dan operasi sehari-hari dengan dukungan teknologi dan internet.

Di Indonesia, ekonomi digital telah menjadi bagian integral dari strategi pembangunan nasional. Digitalisasi terbukti sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, seperti terlihat dalam kerja sama bilateral antara Indonesia dan Singapura. Pembangunan *Nongsa Digital Park* di Batam, menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengembangan pusat data dan industri digital, yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang baru. Batam, dengan letak strategisnya, memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi digital Indonesia. Kebijakan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas

(FTZ) di Batam menarik investasi dengan menawarkan kemudahan bea cukai dan insentif perpajakan. Riset oleh *Google, Temasek, dan Bain & Company* menunjukkan pertumbuhan pesat ekonomi digital Indonesia, dengan *Gross Merchandise Value (GMV)* diproyeksikan mencapai US\$ 360 miliar pada tahun 2030, didorong oleh sektor e-commerce sebagai kontributor utama (Andi, 2023).

Hubungan diplomatik antara pemerintah Indonesia dan Singapura merupakan kerja sama bilateral yang sudah berlangsung sejak lama, yakni pada tanggal 7 september 1967 secara resmi hubungan kedua negara ini dibuka melalui penandatanganan *Joint Communique* oleh Menteri Luar Negeri Singapura. Waktu itu S. Rajaratnam dan Menteri Luar Negeri Indonesia waktu itu Adam Malik (*Jawa Pos*, 2017). Kawasan ekonomi khusus (KEK) *Nongsa Digital Park* telah resmi diluncurkan pada tanggal 2 Maret 2021, dengan tujuan untuk menarik kontribusi signifikan dari perusahaan teknologi internasional yang berbasis di Singapura dan negara lainnya (*Kerjasama Strategis Indonesia-Singapura Membangun Jembatan Digital, Jembatan Travel Bubble, Dan Jembatan Batam-Bintan*, 2021).

Pendirian *Nongsa Digital Park* di Batam, Indonesia, merupakan wujud nyata upaya pemerintah dalam mendorong *transformasi* digital dan meningkatkan daya saing perekonomian daerah. *Nongsa Digital Park* mewakili langkah proaktif yang diambil pemerintah dalam menanggapi pesatnya kemajuan teknologi dan komunikasi global. Wujud nyata komitmen pemerintah dalam mendorong transformasi digital dan meningkatkan daya saing perekonomian daerah. Batam sebagai kota industri yang strategis merupakan lokasi ideal untuk mengembangkan KEK yang fokus pada sektor digital. *Nongsa digital Park*

sebagai sebuah kawasan ekonomi khusus melewati tahap pembangunan mencapai 1,875 triliun di mana sudah ada 1.650 penyerapan tenaga kerja. Adapun kegiatan utama pada kawasan ini Adalah terkait industri IT - digital, mulai dari *Data Center*, *IT office park*, pendidikan IT, industri animasi dan perfilman hingga *service center*. Pada tahun 2017 Presiden Joko Widodo menguraikan terkait visinya agar Kota Batam menjadi jembatan digital yang menghubungkan Singapura dengan ekonomi digital kota-kota yang ada di Indonesia. Sejalan dengan visi itu, *Nongsa digital Park* di Kota Batam diresmikan langsung oleh Menteri Luar Negeri Retno LP Marsudi dan Menteri Luar Negeri Singapura Vivian Balakrishnan pada Maret 2018. Target peluang investasi di industri digital menargetkan investasi sebesar 39,9 triliun (Fadli & Alexander, n.d.) Keberadaan *Nongsa digital Park* sebagai sebuah kawasan ekonomi khusus (KEK) yang berada di Kota Batam tidak hanya dilihat dari keinginan pemerintah Indonesia untuk membangun perekonomian yang lebih baik melalui pemanfaatan ekonomi digital, akan tetapi unsur *Nation branding* sangat erat kaitannya terhadap *Nongsa Digital Park* sebagai sebuah kawasan yang memiliki peran untuk promosi inovasi teknologi serta partisipasi negara-negara di kawasan Asia Tenggara dalam *event* Global Ekonomi Digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu bagaimana upaya Indonesia untuk membangun *Nation Branding* Ekonomi Digital melalui Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) *Nongsa Digital Park* di Kota Batam tahun 2018 - 2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka riset ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis strategi pemerintah menggunakan *Nation Branding* melalui Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) *Nongsa Digital Park*.
2. Untuk menganalisis kerja sama melalui kolaborasi antara pemerintah Indonesia dan Singapura dalam menjawab kemajuan teknologi dan inovasi serta memperoleh manfaat dari peluang yang terbuka.

1.4 Cakupan Penelitian

Kajian ini sangat penting untuk mengkaji strategi yang dilakukan Indonesia dalam mempromosikan *Nation Branding* melalui kerja sama bilateral dengan Singapura di sektor ekonomi digital. Secara khusus, studi ini berfokus pada periode 2018 hingga 2023, dimana *Nongsa Digital Park* secara resmi diluncurkan oleh menteri Indonesia dan Singapura pada tahun 2018, dan studi ini bertujuan untuk menyelidiki identitas nasional yang dibangun oleh pemerintah Indonesia melalui *Nongsa Digital Park* yang juga tentunya berdampak pada pembangunan infrastruktur, peningkatan jumlah investor, jumlah, dan sejauh mana kerjasama di Kota Batam.

1.5 Tinjauan Pustaka

Setelah melakukan berbagai pencarian terhadap beberapa penelitian, penulis menemukan beberapa literatur yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis sebagai tinjauan penelitian. Pada jurnal yang berjudul "*Kerjasama Indonesia- Singapura di Bidang Ekonomi Digital melalui Pembentukan Kawasan Ekonomi Khusus Nongsa Digital Park di Tahun 2018-2020*" Oleh Farelza Geraldo, Dairatul Ma'arif, Wiwiek Rummi Dwi Astuti menjelaskan terkait perjanjian kerjasama ekonomi antara Indonesia dan Singapura mengenai kawasan ekonomi khusus *Nongsa digital Park* di Kota Batam, dalam jurnal ini penulis berusaha menjelaskan terkait realisasi kerja sama bilateral kedua negara serta adanya peluang dari kedua negara yang berkolaborasi di bidang ekonomi digital melalui pembangunan *Nongsa digital Park* di Kota Batam. Dalam jurnal ini penulis ingin menjelaskan bagaimana kondisi ekonomi digital di Indonesia sebelum dan sesudah adanya perjanjian kerjasama bilateral dengan negara Singapura, hal ini dibuktikan melalui isi dari artikel ini yang berusaha membawa unsur *soft power* melalui kerja sama bilateral dalam hubungan internasional melalui kesepakatan *Nongsa Digital Park* di Kota Batam (Geraldo et al., 2020, 135)

Dalam Jurnal "*Nongsa Digital Park (Ndp) Investment As A Cooperation In The Digital Sector Between Singapore and Indonesia In Batam*" Oleh Rinaldo Dwi Putra membahas investasi tentang *Nongsa Digital Park* (NDP) sebagai kerjasama sektor digital antara Singapura dan Indonesia di Batam. Investasi ini didorong oleh pemerintah Indonesia dan Singapura melalui instansi terkait seperti BP Batam, Pemko Batam, Kemenparekraf, dan *Economic Development Board*

Singapura. Di dalam struktur kawasan *Nongsa Digital Park* telah menandatangani *MOU* dengan berbagai institusi pendidikan untuk mempersiapkan talenta di bidang IT sesuai dengan kebutuhan dunia kerja. Investasi semacam ini diharapkan dapat mempersiapkan negara Indonesia untuk menjadi negara dengan industri ekonomi digital terkemuka di masa depan. Selain itu, *inkubator startup Nongsa Digital Park* juga memberikan pendanaan, adopsi teknologi, pelatihan, dan persiapan bagi talenta IT di sekitar Batam untuk memasuki dunia digital global. Kesimpulan dari tulisan ini adalah, sektor investasi diharapkan dapat meningkatkan daya saing masyarakat melalui pembinaan, pendanaan, hingga inovasi agar di masa depan dapat menikmati keuntungan dari adanya investasi di sektor ekonomi digital Indonesia. Potensi luar biasa perekonomian digital di Indonesia diproyeksikan menjadi sesuatu yang sejalan dengan pembangunan infrastruktur digital yang menjangkau ke seluruh wilayah Indonesia. Dengan adanya infrastruktur, memungkinkan aksesibilitas internet bagi masyarakat Indonesia dimanapun berada untuk memanfaatkan peluang ekonomi dari perkembangan transformasi digital yang juga membawa persaingan pasar semakin ketat (Putra, n.d., 88)

Dalam Jurnal “ *Nongsa Development as A Special Economic Zone* “ Oleh Jaitul Anwar , Yuanita FD Sidabutar, Raymond, Rini Lisbet Sitio menjelaskan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Nongsa merupakan salah satu dari 18 KEK yang ada di Indonesia yang ditetapkan pada 8 Juni 2021 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 2021. KEK Nongsa berfokus pada pengembangan industri digital dan pariwisata, dengan target investasi sebesar 16 triliun rupiah dan penyerapan tenaga kerja sebanyak 16.500 orang hingga tahun 2030. KEK

Nongsa memberikan manfaat bagi pemerintah daerah dan masyarakat Batam, baik dalam bentuk fiskal maupun non-fiskal, seperti meningkatnya pendapatan daerah, transfer teknologi, penghematan devisa, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan kesiapan menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). KEK Nongsa merupakan tantangan besar bagi masyarakat Batam dalam menghadapinya. Diperlukan kerjasama yang konkret dan berkelanjutan antara pemerintah pusat dan daerah, serta jaminan keamanan investasi bagi investor asing. Selain itu, pemerintah daerah harus memastikan akreditasi pendidikan di Batam yang baik sehingga menciptakan generasi yang kompetitif dan kreatif. Dalam artikel ini juga disebutkan beberapa rekomendasi yang dapat dilakukan, yaitu (1) penerapan KEK Nongsa dapat meningkatkan sumber daya manusia di Kota Batam sehingga dapat bersaing di dunia profesional, (2) Kota Batam memiliki keunggulan dalam fasilitas, terutama di bidang digital sehingga dapat memfasilitasi akses digital di Kota Batam, (3) pemerintah, baik pemerintah pusat maupun Kota Batam, harus memastikan bahwa akreditasi pendidikan di Kota Batam baik sehingga menciptakan generasi yang *kompetitif* dan kreatif, (4) disiplin dan konsistensi diharapkan dapat diterapkan sehingga dapat menjadi gaya hidup bagi masyarakat dan pemerintah yang menentukan regulasi, dan (5) jaminan keamanan investasi juga harus diberikan oleh pemerintah, terutama kepada investor asing, sehingga mereka percaya dan nyaman menginvestasikan uang mereka di Indonesia (Anwar et al., 2023, 891).

Maka dari beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait *Nongsa Digital Park* Penulis ingin menganalisis bagaimana upaya Indonesia terkait pengembangan ekonomi digital di Kota Batam melalui *Nongsa Digital Park*.

Yang diinisiasikan oleh pemerintah Indonesia sebagai *Digital Bridge* atau Jembatan Digital. Menggunakan analisis dari Teori *Nation Branding* yang dikemukakan oleh Keith Dinnie dalam bukunya yang berjudul *Nation Branding : Concepts, Issues, Practice*. Penulis akan menganalisis lebih jauh terkait identitas yang ingin di bangun di kota batam. Mengingat *Nongsa Digital Park* sebagai proyek strategis nasional pemerintah Indonesia yang tentunya tidak hanya berdampak bagi nasional akan tetapi global.

1.6 Kerangka Pemikiran

Dalam menjawab rumusan masalah di atas diperlukan analisis berpikir dengan sebuah landasan teori. Penulis menggunakan Teori *Nation Branding* menurut Keith Dinnie yang tertulis dalam bukunya yang berjudul “ *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*”. “*Nation branding*” merujuk pada upaya suatu negara untuk membangun citra dan identitasnya di mata dunia. Konsep ini melibatkan berbagai aspek, termasuk budaya, diplomasi publik, dan manajemen reputasi, serta melampaui pandangan *konvensional* tentang branding yang hanya terkait dengan pemasaran produk sehari-hari. *Nation branding* juga mencakup pengelolaan *diaspora*, koordinasi lembaga pemerintah yang beragam, dan perdebatan tentang identitas nasional. Dinnie menekankan pentingnya memasukkan elemen-elemen budaya yang autentik dan mendalam dalam upaya *nation branding*. Selain itu, konsep ini juga mencakup penerapan *soft power* dalam strategi *nation branding*, yang melibatkan kemampuan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain untuk mengadopsi tujuan yang

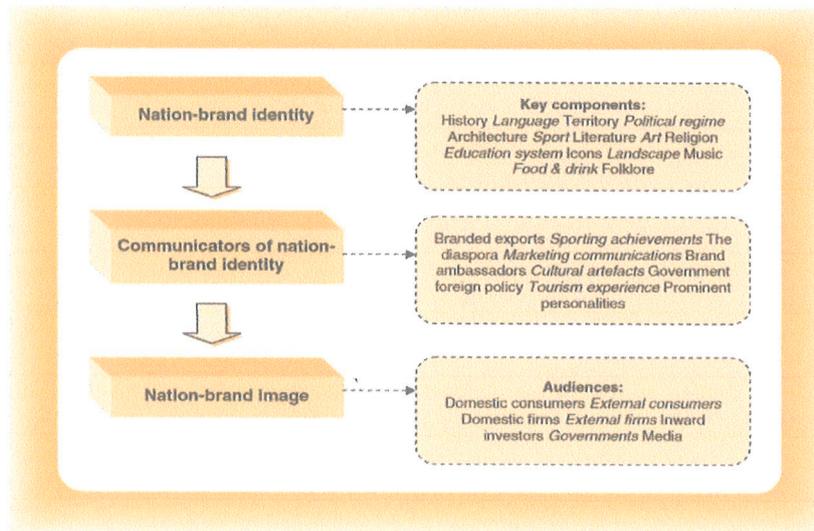
diinginkan. Dengan demikian, *nation branding* bukan sekadar upaya untuk mempromosikan citra suatu negara, tetapi juga merupakan alat untuk membantu negara bersaing secara efektif di panggung dunia (Dinnie, 2008, 276).

Menurut Keith Dinnie (2008), tujuan utama dari *Nation Branding* dapat diringkas menjadi tiga tujuan utama: menarik wisatawan, mempromosikan investasi asing, dan mendorong kegiatan ekspor. Namun, di luar tujuan-tujuan di permukaan ini, *Nation Branding* juga mempunyai potensi untuk meningkatkan stabilitas ekonomi suatu negara dengan berkontribusi terhadap pemulihan reputasi dan kredibilitas internasional, sehingga menarik investor dan meningkatkan peringkat kredit negara tersebut. Selain itu, *nation branding* dapat memperkuat pengaruh politik suatu negara di kancah global, membina hubungan internasional yang kuat, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap pembangunan negara secara keseluruhan dengan mempertahankan rasa identitas, kebanggaan, dan tujuan nasional yang kuat.

Nation branding, juga dikenal sebagai *country branding*, mengacu pada proses menciptakan dan mempromosikan identitas yang unik dan berbeda untuk suatu bangsa yang dipahami, diartikulasikan, dan diinternalisasikan secara mendalam oleh warganya. Identitas ini dirancang untuk meningkatkan citra dan daya saing negara di kancah global, sekaligus menumbuhkan rasa kebanggaan dan persatuan bangsa di kalangan warganya. *Nation branding* mencakup berbagai aspek citra suatu negara, termasuk dimensi politik, ekonomi, dan budaya, seperti yang dirasakan oleh masyarakat internasional.

Gambar 1.1

Tabel Tahapan Konseptual Nation Branding



Sumber : Keith Dinnie (2008)

Dalam buku Keith Dinnie, ada 3 tahapan konseptual untuk mendukung upaya pemerintah untuk melakukan nation branding ekonomi digital melalui KEK *Nongsa Digital Park*. yaitu:

a. Nation Brand Identity

Di tahapan konseptual pertama ini meliputi beberapa macam kunci komponen seperti sejarah, bahasa, seni, rezim politik, wilayah teritori, ikon budaya, agama, olahraga, dan tradisi dari negara tersebut yang memiliki identitas dari suatu negara. Komponen tersebut harus mampu menjelaskan sebuah esensi dari nation brand itu sendiri.

b. Communicators of Nation Brand Identity

Untuk mendukung tahapan kunci pertama, maka di tahapan kedua ini suatu negara perlu menggunakan brand dari negaranya untuk

menghubungkan promosi dari negaranya. Negara menggunakan pencapaian dalam bidang olahraga, kebijakan luar negeri pemerintah, brand ambassador, dan slogan turis negara. Negara bisa menggunakan beberapa cara untuk menjalin komunikasi mengenai produk-produk yang sedang ditawarkan.

c. Nation Brand Image

Pada tahapan ini sebuah brand telah mencapai pada sasarannya yaitu audiens yang merupakan masyarakat sebagai konsumen, investor domestik, serta pemerintah dari negara lain. Tahapan kunci yang terakhir nation brand image merupakan *Output* dari upaya *Nation Branding*. *Nation brand image* memiliki output peningkatan konsumen domestic, peningkatan keterlibatan perusahaan domestik dan eksternal, peningkatan investor keterlibatan media pemerintah (Dinnie, 2008).

Penulis dalam menganalisis tahapan konseptual melalui teori *Nation Branding* Keith Dinnie tidak mengambil semua komponen yang disebutkan di dalam tahapan konseptual *Nation branding*, seperti pada *Nation Brand Identity* ada komponen bahasa, kemudian keagamaan ,pendidikan, dan sebagainya. Akan tetapi hanya mengambil kunci komponen yang dilihat dari studi kasus yang diangkat bahwa melihat di awal Kerjasama yang dilakukan oleh Indonesia dan Singapura melalui *Nongsa digital Park* yang bermuara pada sektor ekonomi khususnya adalah sektor ekonomi digital. Hal ini menjadi fokus penting Bagaimana melihat bahwasanya aktivitas yang diinginkan oleh pemerintah Indonesia melalui *Nongsa digital Park* adalah investasi. Hal ini juga sesuai terkait bagaimana Keith Dinnie menjelaskan dalam bukunya terkait beberapa

sektor yang dapat dijadikan upaya negara untuk membangun *Nation branding* seperti pariwisata, kebudayaan dan investasi. Di sini penulis dapat menyimpulkan bahwa sektor yang ingin dibangun oleh pemerintah Indonesia melalui upaya *Nation Branding Nongsa Digital Park* adalah sektor investasi. Di mana keberadaan Kota Batam sebagai Kota atau wilayah yang aman akan investasi dan juga dapat menarik berbagai investor untuk melakukan aktivitas perekonomian di sana membawa citra dan reputasi baik bagi Kota Batam sebagai upaya *Nation branding* pemerintah Indonesia yang menjadikan Kota Batam sebagai *Digital Bridge*.

Keterkaitan sektor ekonomi digital sebagai *Nation Branding* pemerintah Indonesia dikarenakan adanya keseriusan pemerintah Indonesia dalam sektor ekonomi digital mulai dari membangun kerja sama bilateral dengan negara Singapura hingga implementasi langkah *nation branding Digital Bridge* Indonesia melalui adanya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) *Nongsa Digital Park* yang berada di Kota Batam, Kota Batam menjadi opsi pemilihan dibangunnya salah satu proyek strategis pemerintah Indonesia dalam hal *Data Centre* dan pusat ekonomi digital ditinjau dari kondisi geografis serta peluang lebar yang terbuka bagi Indonesia.

1.7 Argumen Sementara

Berdasarkan Konsep *Nation Branding* yang telah di uraikan di atas, Penulis menarik argumen sementara bahwa strategi *Nation Branding* Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dalam upaya negara mendorong adanya *Nation Branding*, menurut Keith Dinnie ada beberapa aspek seperti pariwisata, budaya, investasi, olahraga. Sesuai studi kasus *Nongsa Digital Park*, Pemerintah Indonesia ingin membangun sektor investasi melalui Kota Batam.
2. Upaya pemerintah Indonesia membentuk *Nation Branding* melalui *Nongsa Digital Park* sebagai *Digital Bridge* melalui analisis *Nation Brand identity* dalam teori Keith Dinnie
3. Dalam implementasi teori *Nation Branding* sebagai upaya Indonesia mengembangkan ekonomi digital. Kota Batam telah memiliki kepercayaan dan penilaian baik bagi investor lokal maupun asing untuk berinvestasi di *Nongsa Digital Park*.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif, dimana penelitian ini dilakukan secara bertahap. Menurut Endang Wini Winarni pendekatan dalam penelitian *kualitatif* adalah fenomenologi yang artinya suatu penelitian dengan strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan *multi* metode, bersifat alami dan holistik ; mengutamakan kualitas data, serta disajikan secara naratif (Endang Widi Winarni 2018,)

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif di mana pendekatan

deskriptif merupakan bentuk penelitian yang mendeskripsikan fenomena-fenomena baik alamiah maupun buatan manusia.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah negara Indonesia dan Singapura, Sedangkan objek yang diteliti adalah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) *Nongsa Digital Park* di Kota Batam.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam hal pengumpulan data, penulis menggunakan sumber data sekunder dan wawancara terkait validasi sumber data. Maka Sumber data tersebut berasal dari jurnal, buku, report, artikel dan wawancara yang dilakukan dengan pihak terkait. sedangkan data yang didapatkan melalui proses wawancara akan didapatkan dengan melakukan wawancara dengan aktor-aktor terkait dengan yang berkaitan dengan *Nongsa Digital Park* tersebut.

Penulis melakukan wawancara dengan 2 pihak yakni Badan Pengusahaan (BP) Batam yang diwakili oleh Antony Nababan selaku Staf Pusat Pengembangan KPBPB dan Pihak *Nongsa Digital Park* yang diwakili oleh Pak Sastra Wijaya selaku Kepala Operasional *Nongsa Digital Park*. Alasan penulis mengambil data melalui wawancara kepada pihak BP Batam adalah karena ini merupakan instansi yang langsung mengurus bagaimana aktivitas investasi di *Nongsa Digital Park*, terlebih lagi BP Batam juga ikut andil dalam analisis upaya *Nation Branding* pemerintah Indonesia melalui kebijakan pemerintah. Lalu alasan mengambil data dengan mewawancarai pihak *Nongsa Digital Park*, ialah karena aktor ini memainkan peran penting

dalam upaya pembentukan *Digital Bridge* Kota Batam. Pihak swasta yang memiliki kepentingan bisnis lalu dikolaborasikan melalui pemerintah dalam tatanan Kawasan Ekonomi Khusus yang menjadikan *Nongsa Digital Park* sebagai proyek nasional.

1.8.4 Proses Penelitian

Proses penelitian merupakan langkah yang dilakukan ketika data-data yang dibutuhkan sudah terpenuhi. Langkah awal dalam proses ini adalah mulai membaca dan mengamati data yang sudah didapatkan, memastikan apakah data tersebut sudah sesuai dengan penelitian dan juga mulai merangkai data-data tersebut agar teratur dan mudah untuk dianalisis. Proses selanjutnya adalah menganalisis data, peneliti akan mengkorelasikan data dan melihat dari sudut pandang menggunakan teori untuk menemukan jawaban dari rumusan masalah penelitian. Setelah menganalisis maka proses selanjutnya adalah dimulainya proses penulisan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif sehingga menghasilkan penjelasan-penjelasan bersifat deskriptif. Proses terakhir dari penelitian ini adalah penulisan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah ditemukan.

1.9 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulis dalam memahami isi dan menguraikan pembahasan terkait penelitian ini, maka penulisannya akan disusun secara sistematis ke dalam empat bab, yakni sebagai berikut:

- Bab I berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang dari topik

penelitian yang dibahas, rumusan masalah, tujuan penelitian, cakupan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, argumen sementara, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

- Bab II berisi pembahasan mengenai *nation branding* yang hendak dibangun oleh pemerintah Indonesia melalui *Nongsa Digital Park*.
- Bab III berisi pembahasan terkait analisis identifikasi komunikator *nation brand identity* yang ingin dibangun oleh Indonesia.
- Bab IV berisi pembahasan berisikan analisis *nation branding* yang sudah terbentuk dan bagaimana menganalisis hal tersebut.

BAB 2

NATION BRAND IDENTITY PEMERINTAH INDONESIA DALAM UPAYA MEWUJUDKAN NATION BRANDING EKONOMI DIGITAL MELALUI *NONGSA DIGITAL PARK*

Keith Dinnie menjelaskan bahwa dalam *Nation Branding* terdiri dari beberapa sektor yang dapat dijadikan lahan untuk negara membentuk identitas untuk *Nation Branding* seperti sektor pariwisata, investasi, ekspor, dan atraksi bakat. Anholt juga mendefinisikan *Nation Branding* sebagai identitas kompetitif suatu negara, yang secara strategis mewakili suatu negara untuk meningkatkan atau mempertahankan daya saing politik dan ekonominya secara global. Hal ini karena fakta sejarah mengungkapkan bahwa negara-negara selalu berusaha untuk melakukan *branding dan rebranding* pada produknya sendiri (Dinnie 2008, 246)

Melalui bab kedua penelitian ini, Penulis menganalisis bagaimana upaya pemerintah Indonesia untuk membentuk *Nation Branding* sektor ekonomi digital melalui kerjasama dengan Singapura dan diimplementasikan melalui adanya *Nongsa Digital Park*. Analisis ini akan menjelaskan bagaimana peranan output yang didasari oleh sejarah mulainya pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) *Nongsa Digital Park* di Kota Batam, sebagai implementasi kerjasama kedua negara yang bergerak di bidang ekonomi digital.

2.1. Nation Brand Identity

Pada bab ini penelitian akan menjelaskan *Nation Brand Identity* yang memiliki komponen-komponen yang mampu mempresentasikan esensi dari nation branding itu sendiri, komponen tersebut meliputi Sejarah dan Wilayah Teritorial.

2.1.1 Icon

Ekonomi digital merupakan kegiatan perekonomian yang memanfaatkan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) untuk melakukan kegiatan perekonomian. Hal ini mencakup berbagai aspek seperti *e-commerce*, *e-banking*, *e-government*, *e-learning*, *e-health*, dan lain-lain. Ekonomi digital melibatkan penggunaan data, internet, dan platform digital untuk menciptakan nilai, inovasi, dan kemakmuran (Rahmadana, 2021, 13).

Sejarah ekonomi digital dapat ditelusuri kembali ke perkembangan internet pada akhir tahun 1960an. Awalnya, internet merupakan proyek militer yang digagas oleh Angkatan Darat Amerika Serikat atau dikenal dengan *ARPANET* yang bertujuan untuk menghubungkan komputer-komputer di berbagai lokasi strategis. Seiring berjalannya waktu, internet berkembang menjadi jaringan global yang menghubungkan jutaan komputer di seluruh dunia, memungkinkan pertukaran data yang cepat dan terjangkau. Pada tahun 1980-an, internet mulai digunakan untuk keperluan bisnis, pendidikan, dan hiburan. Munculnya komputer pribadi (PC) dan *World Wide Web* (WWW) memudahkan masyarakat mengakses dan menggunakan internet. WWW adalah sistem yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan dan mengakses informasi dalam format teks, gambar, audio,

dan video melalui internet. WWW juga berkontribusi terhadap perkembangan *e-commerce*, yang melibatkan perdagangan elektronik dan penjualan barang dan jasa melalui internet. (Rahmadana, 2021, 16).

Indonesia, sebagai negara dengan ekonomi internet terbesar dan dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara, diperkirakan akan memperoleh ekonomi digital sebesar US\$133 miliar pada tahun 2025. Angka pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia meningkat sebesar 49%. Pada tahun 2019, nilai ekonomi digital di Indonesia telah mencapai US\$40 miliar, meningkat lima kali lipat dari tahun 2015 yang hanya US\$8 miliar. Ekonomi digital di ASEAN memberikan kontribusi sebesar 2,8% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di Indonesia, ekonomi digital memberikan kontribusi terhadap PDB sedikit lebih tinggi dari rata-rata ASEAN, yakni sebesar 2,9%. Sementara di ASEAN, Vietnam memiliki kontribusi ekonomi digital terbesar sebesar 4%. Singapura, Malaysia, dan Thailand menyumbang kontribusi ekonomi digital terhadap PDB di atas 2%, dengan Singapura mencatat 3,2%, sementara Malaysia dan Thailand mencatatkan 2,7%. Kontribusi ekonomi digital di Filipina hanya mencapai 1,6% dari PDB (Jayani 2019).

Saat ini, Ekonomi Digital telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi global. Ekonomi digital menawarkan banyak manfaat, termasuk peningkatan *produktivitas, efisiensi, inovasi, inklusivitas*, dan kualitas hidup. Namun, ekonomi digital juga menghadirkan tantangan seperti restrukturisasi pasar, kesenjangan, persaingan, keamanan, privasi, dan etika. Oleh karena itu, penting bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, akademisi, Dan masyarakat umum, untuk berkolaborasi guna

mengoptimalkan potensi ekonomi digital sekaligus mengatasi tantangan yang ditimbulkannya.

Tantangan dan juga inovasi yang terus dijalankan oleh negara-negara di kawasan Asia Tenggara telah membawa kolaborasi yang kuat antar negara-negara ASEAN untuk mendorong transformasi ekonomi digital di kawasan. Maka dari itu terbentuklah *digital economy Framework agreement* (DEFA). Yang bertujuan untuk mempercepat transformasi menjadi ekonomi digital unggul di wilayah ASEAN. Serta mendorong terjadinya integrasi digital regional dan menciptakan pertumbuhan yang inklusif (Teti Purwanti 2023).

Melihat Kondisi ekonomi digital di Indonesia pada kurun waktu 2018-2023 mengalami pertumbuhan yang signifikan, berdasarkan laporan dari *google,temasek dan bain and company* yang berjudul *e-economy sea 2023*. dikatakan bahwa nilai transaksi bruto sektor e-commerce menjadi motor penggerak ekonomi digital di Indonesia dengan keuntungan mencapai US\$62 miliar (Annur, 2023). Pembangunan *Nongsa Digital Park* adalah hasil kerjasama antara perusahaan Indonesia dan Singapura yang didukung melalui pemerintahan Indonesia dan Singapura melalui lembaga-lembaga yang relevan seperti BP (Badan Pengusahaan) Batam, Pemko (Pemerintah Kota) Batam, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif (Kemenparekraf), Kementrian Perekonomian Indonesia (Kemenko) dan juga *Economic Development Board* (EDB). Dalam hal ini pembangunan *Nongsa Digital Park* untuk mendukung pengembangan ekonomi digital di Indonesia melalui kegiatan yang sudah direalisasikan melalui pembangunan *Data Centre*, pendidikan IT bagi talenta muda Indonesia dari perguruan tinggi luar negeri, dan industri kreatif yang memproduksi film-film

berstandar internasional. Pemerintah Indonesia berharap bahwa kawasan *Nongsa Digital Park* dapat bersaing dengan *Silicon Valley* yang sudah terkenal sebagai kawasan perusahaan raksasa asal Amerika.

Terlepas dari kerjasama bilateral yang dilakukan oleh Indonesia dan Singapura dalam membangun *Nongsa digital Park* di Kota Batam dalam analisis bisa dilihat bahwasanya kedua negara memiliki kepentingan yang berbeda apabila kita lihat dari sisi Indonesia kepentingan yang paling menonjol dapat kita lihat dari keinginan untuk mengembangkan infrastruktur digital karena Indonesia menyadari untuk mengembangkan sektor ekonomi digital yang mumpuni di sebuah negara infrastruktur harus ada dan memadai. Lalu kepentingan Indonesia seperti transfer teknologi dan pengetahuan serta penciptaan lapangan kerja merupakan salah satu hal yang disatukan melalui pembentukan identitas *Nongsa digital Park* sebagai *digital Bridge* guna mendukung dan memperkuat sektor ekonomi Indonesia di Kancan internasional. *Nongsa Digital Park* merupakan bagian dari upaya untuk memperkenalkan upaya pembangunan ekosistem digital di Indonesia. Pemerintah Indonesia dapat menggunakan lapangan pekerjaan yang luas untuk menciptakan identitas negara melalui ekosistem ekonomi digital yang berkembang pesat di *Nongsa Digital Park*. Kita bisa menyimpulkan bahwa hubungan antara sejarah identitas nasional Indonesia dan pertumbuhan KEK *Nongsa Digital Park* membawa perspektif baru dalam pembentukan citra negara melalui *Nation branding* khususnya dalam aspek ekonomi digital. Pentingnya sektor ekonomi digital untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia semakin ditekankan dengan globalisasi yang memaksa pemerintah untuk terus berinovasi, seperti melalui kerjasama untuk pembangunan *Nongsa Digital Park* di Batam.

2.2 Kota Batam sebagai Wilayah Teritorial Pengembangan Ekonomi Digital

Kota Batam terletak di provinsi Kepulauan Riau, Indonesia, terletak di Selat Malaka di samping Singapura. Kota ini mempunyai luas sekitar 715 kilometer persegi dan terdiri dari Batam, Rempang, Galang, dan pulau-pulau kecil lainnya. Batam berbatasan dengan Singapura di utara, Kabupaten Lingga di selatan, Kabupaten Bintan di Jawa Timur di timur, dan Kabupaten Karimun di barat. Letak Batam yang strategis menjadikannya pusat perdagangan internasional yang penting dan dekat dengan Singapura dan Malaysia. Kota ini juga merupakan bagian dari Kawasan Ekonomi Khusus Batam, Bintan, Karimun (BBK) yang menawarkan berbagai fasilitas dan insentif kepada *investor* asing. Batam direncanakan dan dibangun oleh Otoritas Batam (sekarang BP Batam) pada tahun 1970-an sebagai pusat logistik dan operasi industri di sektor minyak dan gas. (*Batam.go.id*, 2017).

Pemilihan Kota Batam sebagai salah satu proyek nasional pemerintah Indonesia dalam sektor ekonomi digital bukan tanpa alasan, letak geografis yang sangat strategis, terletak di sebelah selatan Singapura dan berada di antara Pulau Sumatra dan Pulau Riau. Letaknya yang berdekatan dengan jalur pelayaran internasional membuat Batam menjadi pintu gerbang utama bagi arus perdagangan internasional di kawasan Asia Tenggara. Terlebih lagi pengembangan Kota Batam sebagai jembatan digital telah lama dicita-citakan Presiden Joko Widodo, Dimana Kota Batam diharapkan menjadi jembatan digital untuk menghubungkan Singapura ke kota-kota lain yang sedang berkembang di Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Salah satu hal yang menjadi cukup penting dalam menganalisis letak geografis sebagai suatu komponen dalam upaya *Nation branding* pemerintah Indonesia adalah bagaimana kita melihat kepentingan negara Singapura terhadap Kota Batam melalui *Nongsa digital Park* adalah untuk ekspansi pasar dan juga akses tenaga kerja. Karena di negara Singapura lahan dan juga sumber daya yang mereka miliki minim dan terbatas. Ini tidak diimbangi dengan perkembangan pesat dalam sektor ekonomi yang menjadikan sektor lahan sebagai salah satu permasalahan yang terjadi di Singapura. Maka dari itu Untuk memanfaatkan kedekatan letak geografis dengan Kota Batam Singapura melirik adanya potensi kerjasama bilateral dengan Indonesia guna mendukung kepentingan politik negara Singapura melalui Kota Batam.

Kondisi Geografis Kota Batam yang berdekatan dengan negara Singapura, memberikan peluang atas Kerjasama yang lebih besar dengan negara Singapura sebagai wadah serta kawasan yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah Indonesia untuk mendukung proyek nasional dan pertumbuhan ekonomi nasional. Mantan presiden negara Indonesia Bapak BJ Habibie, Pernah mengemukakan salah satu teori yang berkaitan terkait Kota Batam yaitu Teori Balon, teori ini menggambarkan negara Singapura seperti balon yang diisi udara. Jika balon udara pertama Singapura telah penuh harus ada balon kedua yakni Batam. Karena jika tidak balon pertama akan meletus. Perekonomian Singapura yang begitu pesat dan terus berkembang membutuhkan insentif perluasan wilayah dalam pengembangan ekonomi negaranya. Maka dari itu pemerintah Indonesia melihat peluang Bagaimana Kota Batam dilihat sebagai wilayah strategis untuk pengembangan proyek nasional salah satunya adalah terkait ekonomi digital melalui kerjasama

bilateral pemerintah Indonesia dan Singapura yang melahirkan *Nongsa Digital Park* (Aris, 2019).

Maka dari itu *Nongsa Digital park* terkait identitas yang dikembangkan pemerintah Indonesia dapat menjadi *Digital Bridge* atau jembatan digital yang dilihat dari kota Batam sebagai jembatan dan digital melalui adanya NDP. selain pemanfaatan letak geografis yang strategis, konektivitas yang tersedia juga lebih memudahkan berjalannya aktivitas di Nongsa digital park. Sebagai kawasan ekonomi khusus (KEK) yang didukung oleh pemerintah Indonesia, Batam menawarkan insentif perpajakan dan fasilitas investasi yang menarik bagi perusahaan lokal dan internasional. Kombinasi letak geografisnya yang strategis, fasilitas transportasi yang baik, dan dukungan pemerintah membuat Batam menjadi destinasi investasi yang menarik dan pusat kegiatan ekonomi yang signifikan di kawasan Asia Tenggara. Kota Batam sebagai salah satu daerah yang memiliki beberapa prioritas pembangunan Kawasan ekonomi khusus oleh pemerintah Indonesia, karena letak dan posisi Kota Batam yang strategis dengan negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Kawasan ekonomi khusus (KEK) di Batam memiliki fokus pengembangan industri, manufaktur, pariwisata dan juga jasa. Selain keuntungan lokasi yang strategis, Kawasan ekonomi khusus (KEK) di Batam juga menawarkan insentif pajak karena merupakan Kawasan perdagangan bebas (*Batam Dan Investasi: Geliat Pertumbuhan KEK, 2021*).

Dari bagian ini, dapat disimpulkan bahwa Kota Batam, sebagai salah satu wilayah di Indonesia, memiliki keunggulan geografis. Rencana nasional yang disusun oleh pemerintah Indonesia menekankan pentingnya Kota Batam sebagai koneksi utama antara pemerintah Indonesia dan Singapura dalam upaya kerjasama

bilateral. Langkah-langkah serius yang telah diambil oleh pemerintah Indonesia adalah kolaborasi antara Indonesia dan Singapura di Kota Batam melalui pembentukan *Free Trade Zone*. Kita semua mengetahui bahwa adanya *Free Trade Zone* memiliki kebijakan khusus untuk membebaskan terkait aturan pajak dan Retribusi. Letak geografis Kota Batam dimanfaatkan pemerintah Indonesia untuk menarik investor yang ingin berinvestasi dan berkolaborasi di *Nongsa Digital Park*.

2.2.1 Nongsa Digital Park

Menurut hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pihak *Nongsa digital Park* selaku pelaku usaha yang diwakili oleh Bapak sastra selaku kepala operasional memaparkan bahwasanya sebelum adanya keberadaan *Nongsa digital Park* wilayah Nongsa di Kota Batam telah menjadi salah satu sektor pariwisata yang unggul seperti *Nongsa Point Marina, Ferry terminal, Nuvasa Bay* dll. Hal ini dapat dibuktikan dengan salah satu pariwisata di Nongsa yang mendapatkan kunjungan dari turis asing seperti negara Singapura dan negara kawasan di Asia Tenggara. Karena letak geografis yang berdekatan dengan negara-negara tersebut dan juga berbagai keunggulan sektor pariwisata yang dimiliki oleh Nongsa tentunya Hal ini dapat membawa langkah awal citra baik dari kawasan Nongsa yang memiliki potensi besar untuk sektor pariwisata dan juga pada saat ini membawa kebermanfaatn terhadap efek dibentuknya *Nongsa digital Park* sebagai langkah pemerintah Indonesia untuk memajukan sektor ekonomi digital melalui kerjasama bilateral dengan Singapura melalui *Nongsa digital Park* yakni *Digital Bridge*.

Kota Batam, yang berada dalam posisi geografis yang strategis dekat dengan Singapura, berperan sebagai jembatan digital yang menghubungkan Indonesia dengan pusat teknologi yang ada di Singapura. Melalui *Nongsa Digital Park* telah berhasil menarik investasi asing di bidang teknologi dan manufaktur, juga membangun infrastruktur telekomunikasi yang maju serta menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung bagi para investor dalam dan luar negeri.. Dekatnya hubungannya dengan Singapura dapat membantu memfasilitasi kerja sama dan pertukaran teknologi antara kedua negara, menjadikan Batam sebagai pusat penting untuk layanan data dan server regional dan global. Batam juga merupakan lokasi ideal bagi *startup* dan perusahaan teknologi untuk tumbuh dan mengakses pasar global. Pemerintah Indonesia menggunakan sejarah dan pertumbuhan ekonomi digital Batam dalam upaya *Nation Branding* untuk mengedepankan citra negara sebagai pusat inovasi teknologi di Asia Tenggara. Mempromosikan Batam sebagai *Digital Bridge* atau jembatan digital, tidak hanya mengundang investasi asing tetapi juga memperkuat citra Indonesia sebagai negara yang mengutamakan kemajuan teknologi dan digitalisasi. Pameran teknologi, konferensi internasional, dan kerjasama dengan negara maju dalam bidang teknologi menjadi bagian dari rencana tersebut, membuktikan bahwa Indonesia, khususnya Batam, bersiap menjadi pemain utama dalam ekonomi digital global.

Digital Bridge atau jembatan digital sebagai analisis *Nation Brand Identity* bisa kita lihat dari aspek Digital yaitu KEK *Nongsa Digital Park* sebagai sebuah kawasan di Kota Batam untuk mengembangkan ekosistem digital, bagaimana melihat dari sejarah ekonomi digital di Indonesia. Pada masa pemerintahan

Soeharto, terjadi penurunan signifikan pada ekonomi digital Indonesia. Terhambatnya kemajuan oleh infrastruktur TIK yang terbatas, kebijakan proteksionis, dan birokrasi yang ketat. Pada saat tersebut, pemerintah lebih fokus pada perkembangan industri dan sektor pertanian dibandingkan dengan mengakui potensi teknologi digital. Terlebih lagi, mengambil akses masyarakat terhadap pengetahuan dan teknologi baru karena sistem pendidikan yang kurang memperhatikan keterampilan teknologi dan pengawasan ketat terhadap informasi dan media, membuat inovasi dan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia terhambat. Melihat hal tersebut, langkah awal dalam memajukan ekonomi digital di Indonesia melalui aktivitas investasi asing sangat diperlukan. Sumber keuangan luar dapat mendorong perbaikan infrastruktur digital, meningkatkan koneksi internet, serta mendorong pertumbuhan perusahaan teknologi baru di Indonesia. Kebijakan pemerintah juga dibutuhkan dalam hal memberikan insentif pajak kepada perusahaan teknologi asing yang ingin berinvestasi di Indonesia untuk menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung. Pentingnya kerja sama dengan negara-negara maju dalam bidang teknologi seperti Singapura guna untuk mempercepat penyebaran dan penggunaan teknologi digital, serta meningkatkan posisi Indonesia di pasar global.

Tidak boleh mengabaikan pentingnya *Nation Branding* Indonesia di zaman ekonomi digital. Dengan menjadikan Indonesia sebagai pusat inovasi teknologi di Asia Tenggara, pemerintah dapat menarik lebih banyak investor dan talenta global. *Digital Bridge* yang berhasil harus menitikberatkan pada keunggulan dan potensi ekonomi digital Indonesia, termasuk keberadaan pusat teknologi seperti Batam. Pengenalan teknologi, pertemuan internasional, dan

kolaborasi dengan perusahaan teknologi asing dapat meningkatkan reputasi Indonesia sebagai destinasi investasi teknologi terkemuka. Dengan rencana tersebut, Indonesia dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi digitalnya dan juga meningkatkan citranya di tingkat internasional. Indonesia menghadapi sejumlah tantangan ekonomi terkait penerimaan dan pertumbuhan teknologi digital. Solusi untuk mengoptimalkan potensi ekonomi digital adalah keterbatasan infrastruktur, investasi, dan sumber daya manusia. *Nongsa Digital Park* (NDP) di Batam dirancang sebagai jembatan digital antara Indonesia dan Singapura untuk mengatasi permasalahan tersebut. Tujuan NDP adalah untuk menarik *startup*, perusahaan lokal, dan internasional yang beroperasi di dalamnya.

BAB 3

COMMUNICATORS OF NATION BRAND IDENTITY INDONESIA

Pada bab ini penelitian akan menjelaskan *Communicators of Nation Brand Identity* yang memiliki komponen-komponen yang mampu mempresentasikan esensi dari nation branding itu sendiri. Komponen tersebut adalah: Komunikasi Pemasaran dan Kebijakan Luar Negeri Pemerintah, (Dinnie, Nation Branding. Concepts, Issues, Practice, 2008). Terdapat dua aspek yang memiliki pengaruh untuk mengidentifikasi topik penelitian ini. Berikut aspek yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.1 Komunikasi Pemasaran

Pertukaran informasi antara penjual dan pembeli melalui berbagai saluran merupakan aspek penting dalam komunikasi pemasaran. Pertukaran informasi ini tidak hanya melibatkan komunikasi langsung antara kedua pihak namun juga melibatkan serangkaian interaksi yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembeli dalam bidang pemasaran. Lebih lanjut, komunikasi dapat digunakan untuk berbagi informasi dan memberikan saling pengertian di antara semua pihak yang terlibat sehingga menghasilkan hasil yang lebih baik. Intinya, komunikasi pemasaran dapat dipandang sebagai pertukaran informasi dua arah antara *produsen, distributor, dan konsumen*, yang semuanya terlibat aktif dalam proses komunikasi. Dengan mendengarkan, bereaksi, dan berbicara. Hubungan yang saling menguntungkan dapat terjalin. Dalam konteks studi kasus *Nongsa Digital Park*, dari hasil wawancara dengan pihak KEK BP Batam terdapat

beberapa poin penting yang akan saya jelaskan terkait poin komunikasi pemasaran terhadap upaya pemerintah Indonesia mengkomunikasikan *Nongsa Digital Park*, yakni penting untuk menyoroti peran dari Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) yang memfasilitasi dalam upaya komunikasi dan pemasaran. salah satu agenda atau kegiatan Dewan Nasional KEK adalah menyelenggarakan acara dan mewakili pemerintah Indonesia dalam berkomunikasi dengan pelaku usaha untuk membina kolaborasi dan membangun kemitraan. Upaya tersebut sangat penting dalam menciptakan kesepakatan yang saling menguntungkan seperti pada studi kasus *Nongsa Digital Park* yang membawa dua aktor antara pemerintah Indonesia dan Singapura bagi pengembangan ekonomi digital melalui komunikasi dan negosiasi yang dilakukan pemerintah Indonesia dengan mitranya (G to G).

Gambar 3.1

Bukti Komunikasi Pemasaran *Digital Bridge*



Seperti contoh pada tanggal 29 November 2023 Dewan Nasional kawasan KEK bekerjasama dengan Kementerian Koordinator bidang

perekonomian dan kedutaan besar Republik Indonesia di Singapura menyelenggarakan acara "*Indonesia SEZ Business Forum 2023*". Di Westin Hotel Singapore. Pertemuan yang diadakan di atas memaknai Bagaimana proses komunikasi politik dimana latar belakang kepentingan yang berbeda-beda disatukan di dalam forum dan dibicarakan untuk memunculkan sebuah hasil kerjasama melalui implementasi investasi yang akan terjadi di Indonesia. Pertemuan itu tidak hanya dihadiri oleh aktor dari pemerintah kedua negara, tetapi juga para investor Singapura yang memiliki keinginan untuk berinvestasi. Salah satu bukti bahwasanya peranan komunikasi pemasaran yang dilakukan di atas adalah bagaimana ketika *CEO* dari *Nongsa Digital Park* Mike Wiluan mewakili *Nongsa digital Park* sebagai sebuah kawasan ekonomi khusus yang ada di Kota Batam sebagai salah satu proyek nasional. Pemerintah Indonesia membicarakan terkait bagaimana cita-cita pemerintah Indonesia untuk membuat *Nongsa Digital Park* sebagai *Digital Bridge* yang menghubungkan Singapura dengan kota-kota lain di Indonesia yang sedang berkembang. Acara ini dibagi atas dua forum yang pertama membahas terkait potensi investasi pariwisata dan infrastruktur, lalu pada sesi yang kedua membahas terkait potensi investasi ekonomi digital dan pendidikan, di mana salah satunya pembicaranya adalah pihak dari *Nongsa digital Park* yang mempresentasikan bagaimana *Nongsa digital Park* itu terbentuk dan cita-cita pemerintah Indonesia untuk membentuk identitas *Digital Bridge* melalui Kota Batam.

Adapun kegiatan forum bisnis ini bertujuan untuk mengakselerasi pertumbuhan investasi di kawasan ekonomi khusus, serta menjangkau calon investor internasional. Pemilihan negara Singapura sebagai lokasi acara karena

memiliki peran strategis dalam pusat pertumbuhan ekonomi di Asia Tenggara dengan jaringan perdagangan ekonomi digital dan infrastruktur yang sangat luas. Forum-forum semacam itulah yang menjadi komunikasi pemasaran yang kita lihat dari keseriusan pemerintah membangun sektor ekonomi digital yang dikomunikasikan melalui komunikasi pemasaran lewat Dewan nasional KEK (Menko, 2021).

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pihak BP Batam melalui pak Anthony selaku staff KEK BP Batam pada tanggal 29 Januari 2024. terkait Bagaimana melihat komunikasi pemasaran ialah Bagaimana melihat peran pemerintah Singapura dan Indonesia melalui berbagai *event* dan juga forum yang mempertemukan peluang investasi melalui komunikasi pelaku usaha atau investor yang ada dari Singapura dan Indonesia dalam sebuah forum yang diadakan oleh Dewan Nasional Kawasan Ekonomi Khusus dan juga diselenggarakan oleh negara Singapura. Bagaimana aktor-aktor tersebut memberikan kontribusi terkait komunikasi pemasaran untuk mendatangkan Para investor dan juga memberikan pemaparan terkait upaya *Nation branding* ekonomi digital Indonesia melalui kota Batam dengan didirikannya *Nongsa digital Park* guna mendukung cita-cita identitas *digital Bridge*.

Dalam ranah pemasaran global, penggunaan bahasa internasional merupakan aspek krusial yang dapat berdampak signifikan terhadap efektivitas komunikasi. Dengan menggunakan bahasa yang dipahami secara *universal*, pesan pemasaran dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, sehingga memudahkan penyebaran informasi mengenai suatu produk atau jasa. Hal ini sangat penting

dalam pasar global, di mana konsumen dihadapkan pada berbagai bahasa dan norma budaya.

Komunikasi Pemasaran juga dapat kita analisis dari media sebagai pemasaran yang dibuktikan dengan adanya aktivitas yang dilakukan oleh Badan Pengusahaan (BP) Batam dalam hal pemasaran Kawasan *Nongsa Digital Park*.

Gambar 3.1.1

Media sebagai upaya pemasaran oleh BP Batam

The infographic is divided into two main sections. The top section, titled 'KEK Nongsa Mendunia', features a blue header and a small map of Batam. Below the title, there is a paragraph of text in Indonesian. The bottom section, titled 'KEK Nongsa dalam Angka', features an orange header and a 3D isometric illustration of a modern industrial building with a parking lot. To the right of the illustration is a small inset image of a group of people in a meeting. Below the illustration is a list of four bullet points. To the right of the list are two more bullet points. At the bottom of the infographic is a photograph of a man in a white shirt speaking at a podium. Below the photograph is his name and title. At the very bottom of the infographic are social media icons for Facebook, Instagram, and Twitter, along with the BP Batam logo and the '32' logo for the Indonesian government's 32nd anniversary.

KEK Nongsa Mendunia

Perkembangan Kota Batam kian menunjukkan kemajuannya di banyak bidang. Berbagai pembangunan yang dilatut Badan Pengusahaan (BP) Batam perlahan membawa Batam ke arah selangkah selangkah. Namun, satu hal yang perlu mendapatkan perhatian adalah Industri Digital yang tengah berkembang. Lewat Kawasan Khusus Ekonomi (KKE) Nongsa Digital Park, Batam kemudian bertumbuh seiring perkembangan zaman.

KEK Nongsa dalam Angka

- Ditetapkan melalui PP Nomor 68 Tahun 2021
- Menciptakan sinergi antarkawasan industri
- Berhasil menggaet investasi 17 perusahaan
- 3 di antaranya perusahaan internasional - Apple, IBM, dan Universitas Melbourne Institute of Technology (RMIT)
- Menyerap 2.618 tenaga kerja*
- Investasi tumbuh Rp2,49 triliun* (Nota per Juni 2023)

Kehadiran KEK Nongsa kian menunjukkan arah perkembangan Kota Batam ke depannya. Kawasan ekonomi khusus ini seolah mewujudkan menjadi digital bridge antara Indonesia-Singapura, bahkan dunia. Membawa nama Batam ke kancah global, sekaligus turut menggerakkan roda ekonomi negeri.

Muhammad Rudi
Kepala BP Batam

BP BATAM @BP Batam

Sumber: BP Batam

Kesimpulan dari bagian tentang komunikasi pemasaran adalah bahwa beberapa aktor berperan dalam mempromosikan Nongsa Digital Park sebagai tempat investasi potensial, seperti aktor dari Dewan Nasional Kawasan Ekonomi

Khusus yang aktif dalam forum investasi dengan pemerintah Singapura. Komunikasi pemasaran dilakukan oleh badan usaha Kota Batam dengan kantor perwakilan di Singapura untuk mendukung forum atau acara yang menghubungkan investor dari kedua negara untuk membahas potensi investasi. Kantor perwakilan BP Batam di Singapura bertugas dalam hal tersebut.

3.2 Kebijakan Pemerintah

Menganalisis terkait Bagaimana komponen kebijakan pemerintah berkontribusi dalam upaya *Nation branding* pemerintah Indonesia melalui Nongsa Digital Park dapat kita lihat dari salah satu peran yang dimiliki oleh BP Batam sebagai salah satu perpanjangan tangan dari pemerintah pusat untuk terlibat dan terjun langsung terhadap proyek *Nongsa digital Park* yang ada di Kota Batam. Menurut hasil wawancara yang dilakukan penulis pada tanggal 29 Januari 2024 oleh Bapak Anthony selaku staf bidang KEK BP Batam. Menyebutkan bahwasanya salah satu peran yang dimiliki oleh BP Batam terhadap kebijakan dari pemerintah pusat adalah terkait membantu memfasilitasi penyediaan air, listrik, jalan dan lain halnya yang menunjang aktivitas yang berjalan di *Nongsa digital Park*.

Dalam rangka kunjungan ke Singapura, Presiden Indonesia Joko Widodo bertemu dengan perdana menteri Singapura Lee Hsien Loong. Dalam diskusi tersebut, kedua negara setuju untuk bekerjasama dalam pengembangan sektor ekonomi digital. Presiden Joko Widodo mengatakan bahwa Kota Batam adalah lokasi yang sempurna untuk meningkatkan kerjasama ekonomi digital. Dalam pernyataan persnya, Presiden Jokowi menyatakan bahwa Indonesia dan Singapura

merayakan 50 tahun hubungan diplomatik mereka tahun ini. Oleh karena itu, berbagai inovasi dan inisiatif muncul untuk menjalin hubungan bilateral antara kedua negara, contohnya kesepakatan terkait pengembangan ekonomi digital di Kota Batam melalui *Nongsa Digital Park* (Jordan, 2017).

Di dalam aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan *Nongsa Digital Park* sebagai sebuah upaya untuk mengkomunikasikan terkait bagaimana keberlangsungan dan keberlanjutan *Nongsa digital Park* dapat dilihat dari adanya kebutuhan pemerintah Indonesia melalui kepentingan utama yaitu menarik investasi asing dan mendorong pertumbuhan ekonomi di Kota Batam. Karena salah satu sektor yang dapat diunggulkan di Kota Batam adalah investasi asing dan juga berbagai kemudahan yang ada di sana. Lain halnya dengan negara Singapura bagi Singapura Bagaimana melihat proyek *Nongsa Digital Park* ialah terkait *diversifikasi* dan juga ekspansi bisnis. Bisa dijelaskan bahwasanya keterbatasan lahan dan juga biaya operasional yang tinggi di Singapura membuat Kota Batam dinilai sebagai alternatif yang ekonomis untuk strategi pengembangan bisnis di Singapura. Pemerintah Indonesia lewat Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia telah mengambil beberapa langkah strategis dalam pengembangan dan perluasan *Nongsa Digital Park* (NDP) di Batam. Badan Pengusahaan (BP) Batam berperan penting dalam percepatan investasi di berbagai sektor, khususnya industri digital. Sebagai bagian dari langkah strategisnya, BP Batam mendukung pengembangan pusat data di *Nongsa Digital park*.

Keseriusan pemerintah juga tertuang melalui Kebijakan pemerintah Indonesia untuk membangun *Nongsa Digital Park* tertuang pada peraturan

pemerintah (PP) nomor 68 tahun 2021 yang berbunyi. Mengatur mengenai penetapan ditetapkan Kawasan Ekonomi Khusus Nongsa. Kawasan Ekonomi Khusus Nongsa memiliki luas 166,45 ha (seratus enam puluh enam koma empat puluh lima hektar) yang terletak dalam wilayah Kecamatan Nongsa, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Sesuai dengan program yang direncanakan oleh pemerintah pusat, *Nongsa Digital Park* adalah KEK sebagai tempat berkembangnya industri startup yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital dan kreatif di Nongsa. Efek lain dari kehadiran *Nongsa Digital Park* sebagai komitmen pemerintah Indonesia yang didukung secara positif oleh Singapura adalah memberikan manfaat dalam hal peningkatan pengetahuan dan teknologi bagi masyarakat. Dengan adanya pendidikan tentang ilmu teknologi di Indonesia, masyarakat dapat belajar dan meningkatkan peluang kerja dari pertumbuhan industri digital yang terus berkembang. (BP Batam, 2021)

Dengan adanya kerjasama dengan negara Singapura pemerintah Indonesia mengharapkan startup dan industri yang ada di Singapura untuk menanamkan investasi serta bekerja sama dalam ruang lingkup *Nongsa Digital Park*. Sebagai sebuah negara yang sudah maju dan berkembang dalam hal industri digital pemerintah Indonesia mengharapkan kerjasama yang baik serta memiliki kebaikan dan timbal balik dari kedua negara yang mana pemerintah Indonesia menyiapkan potensi talenta digital melalui masyarakat Indonesia serta lahan yang dapat difungsikan sebagai sebuah kawasan yang mampu menjadikan Indonesia memiliki citra positif dalam hal dunia digital melalui *Nongsa Digital Park* (guide, 2021).

Dari bagian ini dapat disimpulkan bahwa kebijakan pemerintah berperan penting dalam Nation branding sebuah negara. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia memiliki peran krusial dalam menetapkan aturan hukum dan tugas negara. Beberapa kebijakan terlihat dari pemerintah Indonesia tentang *Nongsa Digital Park* sebagai kawasan Ekonomi Khusus (KEK), serta peran dari Badan Pengusahaan (BP) Kota Batam dalam hal regulasi investasi dan administrasi melalui *Nongsa Digital Park*.

BAB 4

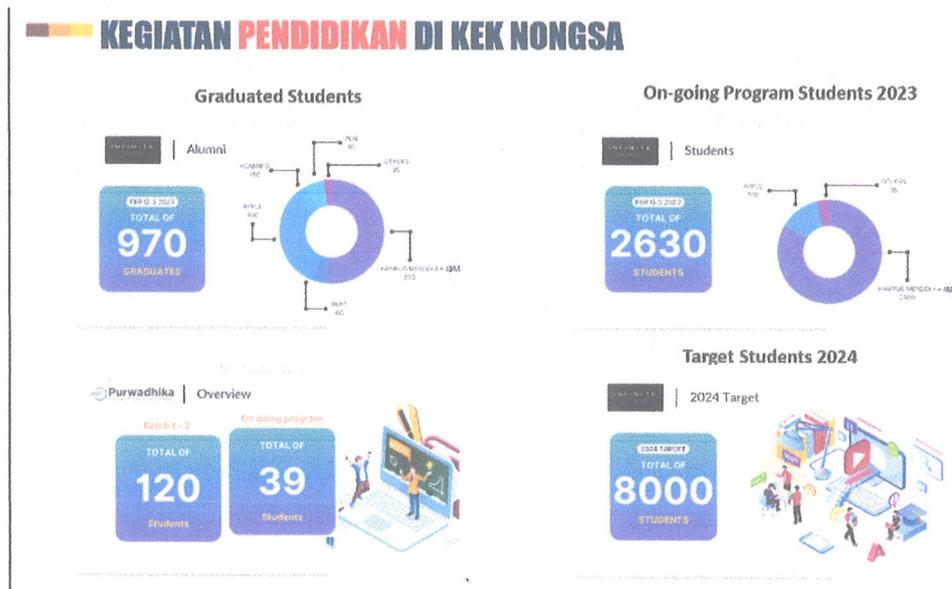
NATION BRAND IMAGE INDONESIA

Pada bab ini penelitian akan menjelaskan Nation brand image yang memiliki komponen-komponen yang mampu mempresentasikan esensi dari nation branding itu sendiri, output yang diharapkan meliputi: Konsumen Domestik dan luar negeri, Investasi asing dan Media. (Dinnie, *Nation Branding: Concept, Issue, Practice*, 2008).

Nation branding sejatinya telah mampu membawa *nation brand image* pada sasarannya yaitu audiens yang meliputi adanya konsumen/pemikat dan perusahaan-perusahaan atau investor domestik atau yang berasal dari luar negeri, serta adanya pemerintah. Brand Image adalah citra yang dapat dirasakan dari suatu merek yang dirasakan seorang individu. Persepsi dari brand image dapat dikatakan sebagai destinasi yang bervariasi dari satu individu ke individu lainnya. Dalam "*The Meaning and Measurement of Destination Image*" yang di tulis oleh oleh Echtner dan Ritchie percaya bahwa banyak orang memiliki gambaran mengenai destinasi meskipun mereka secara pribadi belum pernah mengunjungi tempat tersebut (Ritchie, 2001). Dengan adanya kegiatan seperti kunjungan, investasi ke indonesia oleh warga negara asing baik terkait pariwisata atau kerja sama dalam tatanan negara, tentunya akan membangun citra yang positif bagi Indonesia.

4.1 Konsumen Domestik

Menganalisis konsumen domestik dalam upaya *Nation Branding* ekonomi digital pemerintah Indonesia melalui *Nongsa Digital Park* dapat dilihat dari adanya kegiatan dari sektor pendidikan yang menjadi salah satu prioritas terkait pengembangan *Nongsa Digital Park*. Kita bisa menganalisis dari adanya kegiatan investasi dalam pendidikan yang melibatkan konsumen domestik yakni para anak muda dan juga pelajar di Indonesia yang dimaknai sebagai konsumen domestik untuk belajar dan bersekolah melalui investasi yang disediakan oleh *Nongsa Digital Park* seperti pendidikan IT dan teknologi sebagai salah satu upaya untuk menciptakan reputasi pendidikan yang baik bagi sektor digital terhadap talenta muda di Indonesia. Sehingga harapannya bagi perusahaan yang ingin mencari talenta digital di Indonesia dapat terpenuhi melalui adanya kegiatan pendidikan yang disediakan oleh *Nongsa digital Park*. Bukti telah terjadinya konsumen domestik di *Nongsa digital Park* bisa kita lihat dari beberapa pendidikan yang sudah hadir di sana seperti *purwadhika school*, *Apple developer Academy* dan banyak lainnya.



Gambar 4.1

Bukti Aktivitas Sektor Pendidikan NDP dan Progresnya

Sumber : Dewan Nasional KEK

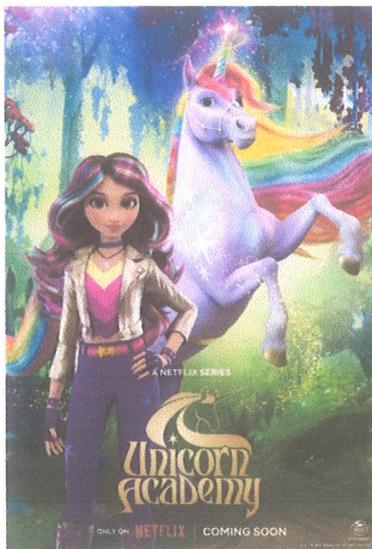
Dari gambar di atas bisa kita lihat bagaimana potensi konsumen domestik yang dilihat dari kegiatan pendidikan di *Nongsa Digital Park* yang telah membuktikan adanya beberapa kegiatan akademik pendidikan yang menyerap konsumen domestik masyarakat Indonesia khususnya dengan menghadirkan sekolah tinggi atau universitas terkait pendidikan ilmu teknologi. Talenta digital diharapkan membawa dampak positif bagi perkembangan ekonomi digital di Indonesia sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas ekonomi digital di Indonesia salah satunya melalui kegiatan pendidikan IT.

4.2 Konsumen Luar Negeri

Menganalisis komponen konsumen luar negeri dalam upaya *Nation branding* ekonomi digital pemerintah Indonesia melalui *Nongsa Digital Park*, dapat dilihat dari adanya kegiatan sektor produksi film yang dilakukan oleh *Infinite Studio*. *Infinite Studio* merupakan salah satu wadah yang tergabung dalam *Nongsa Digital Park* sebagai salah satu potensi penunjang perfilman di Indonesia yang memproduksi dan juga memberikan edukasi bagaimana mempelajari memproduksi dan juga mengimplementasikan perfilman di dalam sebuah proyek. Salah satu hal yang bisa dibuktikan terkait konsumen luar negeri pada upaya *Nation branding* pemerintah Indonesia melalui *Nongsa Digital Park* adalah permintaan produksi film yang digarap oleh *Infinite Studio*. Yang mana tenaga yang dipakai untuk memproduksi film dalam hal ini tenaga kerja tentunya adalah para talenta muda di Indonesia yang sudah berpengalaman dan menggeluti dunia perfilman dan produksi. Ini menjadi salah satu Aspek penting dalam upaya *Nation branding* ekonomi digital melalui *Nongsa digital park* yang manfaatnya terasa langsung bagi masyarakat yaitu transfer teknologi dan pengetahuan.

Gambar 4.3

Hasil Film Animasi Karya *Infinite Studios*



Sumber : Dewan Nasional KEK.

Dari gambar di atas dapat dilihat Bagaimana bukti konsumen luar negeri yang ada di *Nongsa Digital Park* sebagai salah satu upaya *Nation branding* ekonomi digital di Indonesia. Yakni melalui Produksi Animasi *internasional* yang dikerjakan oleh Kinema dari *Nongsa Digital Park* yang sudah rilis tahun 2023 di *broadcaster* netflix. Pada 3 minggu penayangan di *netflix* mendapat tontonan sebanyak 2,1 juta serta masuk ke dalam top 10 *netflix*.

4.3 Investasi Asing

Pembentukan KEK NDP sebagai pusat industri digital dan pelatihan IT di Indonesia telah menarik minat yang signifikan dari investor asing dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan pasar kerja di kawasan Nongsa, Batam. Pendirian *Nongsa Digital Park* bertujuan

untuk memanfaatkan peluang investasi di industri digital. Dengan besarnya potensi industri digital di Indonesia, *Nongsa Digital Park* menjadi alasan yang mendasari terbentuknya kawasan ini. Pendirian *Nongsa Digital Park* di Batam telah meningkatkan daya saing daerah secara signifikan dibandingkan daerah lain, dengan fokus pada industri berbasis digital. Kolaborasi dalam pengembangan UKM dan teknologi dapat memicu pertumbuhan ekonomi di masyarakat. Investasi swasta, kolaborasi dengan pemerintah, aspek keamanan dan kenyamanan dalam bisnis, serta hubungan dengan negara-negara lain merupakan faktor-faktor yang diperlukan untuk mengembangkan industri digital. Kelebihan utama NDP adalah sebagai sebuah proyek jembatan digital sebagai salah satu Gerbang Ekonomi Digital untuk saling mengisi dan menjembatani kebutuhan antara Indonesia dan Singapura di bidang IT yang didukung oleh kedua negara. NDP akan memberikan kesempatan kerja bagi generasi muda, menyampaikan pengalaman dan pengetahuan dari berbagai perusahaan startup dan MNC di Singapura.

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) *Nongsa Digital Park* (NDP) di Batam sukses menarik perhatian beberapa investor asing terkemuka di sektor digital. Beberapa investor tersebut antara lain:

1. *Apple*, sebuah perusahaan teknologi ternama, telah berinvestasi di KEK NDP, yang menunjukkan keyakinannya terhadap potensi pertumbuhan dan perkembangan KEK.
2. *IBM Academy*, pemain terkemuka di industri teknologi informasi, juga berinvestasi di KEK NDP, hal ini menunjukkan lokasi taman yang strategis dan lingkungan bisnis yang menguntungkan.

3. *Royal Melbourne Institute of Technology (RMIT)*, sebuah universitas ternama, juga telah berinvestasi di KEK NDP, mendukung pengembangan industri digital di kawasan tersebut (Lubis, 2023).

Kolaborasi digital antara masyarakat dan perusahaan dapat meningkatkan konektivitas bagi semua individu. Salim dan Sutrisno (2008) menyatakan bahwa kehadiran penanaman modal asing mempunyai ciri dan keunggulan antara lain: Pertama, bersifat permanen atau jangka panjang; Kedua, berkontribusi terhadap transfer teknologi; Ketiga, berkontribusi terhadap transfer keterampilan; dan Keempat, menciptakan lapangan kerja baru. NDP bekerja sama dengan Institusi atau Universitas untuk memberikan kesempatan kepada dunia pendidikan memahami kebutuhan SDM di industri kreatif digital, sehingga setiap institusi pendidikan dapat menyiapkan talenta IT sesuai kebutuhan dunia kerja. Sepanjang tahun 2022 sampai 2023 banyak sekali investor asing yang sudah menanamkan modalnya di sana, salah satunya adalah pembangunan *Data Center* sebagai salah satu prioritas pengembangan *Nongsa Digital Park*, investor *Data Center* yang sudah ada disana seperti *Data Center First* dari Singapura dan *GDS Holdings* dari China.

Dalam upaya mendorong perkembangan industri digital, *Nongsa Digital Park* didirikan di Batam, sebuah kota yang terletak di Kepulauan Riau, Indonesia. Dengan berkonsentrasi pada industri dengan fokus digital, taman ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing kawasan dibandingkan daerah lain. Hal ini dicapai melalui penyediaan infrastruktur, program pelatihan, dan layanan pendukung lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan bisnis digital. Hasilnya,

taman ini menjadi pusat inovasi dan kewirausahaan digital di kawasan ini, sehingga menarik investasi domestik dan internasional. Dengan menyediakan lingkungan kolaboratif bagi perusahaan-perusahaan ini, *Digital Bridge* telah mendorong inovasi dan berbagi pengetahuan. Hal ini mendorong berkembangnya berbagai solusi dan produk digital inovatif, yang memberikan dampak signifikan terhadap industri teknologi di Indonesia dan sekitarnya. Dengan adanya kemitraan yang terjalin maka terkait *Digital Bridge* bisa memberikan dampak atas kesempatan untuk mengakses berbagai talenta digital yang terampil, sehingga mereka dapat memperluas bisnis dan menciptakan produk serta layanan baru.

Dari upaya *Nation branding* ekonomi digital Indonesia melalui *Nongsa digital Park* membawa makna pada Kekuasaan ataupun power yang dimiliki oleh negara Singapura dalam memberikan warna investasi di Kota Batam karena bisa dikatakan kontribusi Singapura terkait investasi di Kota Batam itu sangat besar pengaruhnya. Selain itu kita juga dapat melihat apabila upaya *Nation branding* yang inisiasikan oleh pemerintah Indonesia yang menjadikan *Nongsa digital Park* sebagai *Digital Bridge* memiliki makna untuk memperkuat posisi Indonesia di forum internasional karena memiliki salah satu kawasan yang dapat diunggulkan dan juga dimaknai sebagai salah satu keberhasilan dalam meningkatkan sektor ekonomi digital.

Dari sub bab investasi asing ini, dapat disimpulkan bahwa keberadaan *Nongsa Digital Park* sangat terkait dengan investasi asing, terutama investasi yang diharapkan dari Singapura melalui kerja sama bilateral Indonesia-Singapura. Hal ini berpotensi membawa dampak positif bagi upaya pemerintah Indonesia dalam memajukan ekonomi digital, termasuk dalam hal *startup*, pendidikan

digital, pengembangan *talenta digital*, dan penciptaan lapangan kerja. Oleh karena itu, penting bagi Indonesia untuk mengenali hal ini dan meningkatkan citra negara melalui keberadaan *Nongsa Digital Park*.

4.4 Media

Peran media dalam *nation branding* sangat penting karena media merupakan sumber utama informasi yang mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu negara. Ekonomi digital melibatkan ekonomi berbasis internet yang menggunakan teknologi digital untuk transaksi perdagangan, komunikasi, dan pertukaran informasi secara global dengan cepat dan mudah. Media merupakan sarana untuk mengirim pesan atau informasi kepada khalayak melalui berbagai platform, seperti cetak, elektronik, dan online. Hubungan antara ekonomi digital dengan media sangat erat karena media dapat mempengaruhi citra suatu negara di mata dunia, yang berdampak pada keputusan investor, wisatawan, dan mitra kerjanya.

Media memegang peranan penting dalam membentuk citra negara melalui penyebaran informasi dan pembentukan opini masyarakat. Dengan menggunakan berbagai media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan platform digital, negara dapat mengiklankan budaya, pariwisata, prestasi nasional, dan kebijakan kepada penonton global. Berita baik tentang kecantikan alam, kemajuan teknologi, dan kebudayaan yang kaya dapat meningkatkan reputasi negara di kancah internasional, menarik minat wisatawan dan investor.

Dalam analisis mengenai media, dapat diidentifikasi beberapa media yang menunjukkan gambaran atau dampak dari upaya *Nation Branding* Indonesia melalui *Nongsa Digital Park* di Kota Batam, yang bertujuan menjadikan area tersebut pusat bagi perusahaan digital dan juga memperkuat ekonomi digital di Indonesia. Dengan media yang menyoroti keunggulan dan fasilitas yang disediakan oleh *Nongsa Digital Park*, seperti infrastruktur canggih, pusat data, ruang kerja bersama, dan dukungan untuk startup.

Adapun peran dan upaya beberapa aktor dalam menyatukan atau menggabungkan *nation branding* ekonomi digital Indonesia bisa kita lihat dari beberapa media yang ikut campur dalam hal ini yaitu, media yang dimiliki langsung oleh *Nongsa Digital Park*, ada juga media dari BP Batam yang memberikan penjelasan terkait kawasan ekonomi khusus di wilayah *nongsa* Kota Batam. Peran media sangat strategis terhadap keberhasilan *nation branding* sebuah negara. Seperti kita lihat dari negara Singapura dalam hal ini upaya *nation branding* yang ditujukan kepada negara Singapura membawa dampak signifikan terhadap citra Indonesia di negara tersebut. Karena adanya jalinan kerja sama bilateral. Pelaku-pelaku yang berperan dalam upaya *Nation Branding* ekonomi digital Indonesia melalui konektivitas digital dengan Singapura juga turut berkontribusi dalam mempromosikan kerjasama bilateral tersebut di berbagai media, seperti Dewan Nasional KEK, BP Batam, dan Kementerian Perekonomian Indonesia.



Gambar 4.3

Peran Media sebagai upaya *Nation Branding* NDP

Sumber: Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia

Kementerian koordinator perekonomian Indonesia dalam upaya nation branding ekonomi digital adalah berpartisipasi dalam konferensi internasional, roadshow investasi dan kegiatan pemasaran lainnya. Kemenko Perekonomian membantu meningkatkan *visibilitas* dan profil NDP di mata dunia, menarik minat dari perusahaan teknologi global untuk berinvestasi di NDP.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam menjawab pertanyaan penelitian dan menemukan masalah terkait, ditemukan bahwa beberapa pencapaian telah berhasil diraih dalam studi kasus. Langkah pemerintah Indonesia dalam menerapkan *Nation Branding* di sektor ekonomi digital melalui pembangunan *Nongsa Digital Park* di Batam melibatkan kerjasama bilateral dengan Singapura, negara yang memiliki kekuatan ekonomi digital yang kuat. Dalam menjelaskan keterlibatan pemerintah dalam upaya *Nation Branding* ekonomi digital melalui *Nongsa Digital Park*, tidak hanya pemerintah yang terlibat, tetapi juga pelaku usaha yang bekerja sama dengan pemerintah daerah dan pemerintah pusat ini membentuk kawasan ekonomi khusus dengan insentif dan dampak positif bagi aktivitas di *Nongsa Digital Park*.

1. *Nation Brand Identity*

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penerapan strategi *Nation Brand Identity* oleh pemerintah Indonesia untuk membangun citra negara melalui proyek *Nongsa Digital Park* di Batam, dimulai dari sejarah, Bagaimana melihat kebelakang pada tahun 2018 bahwa indikasi ekonomi digital Indonesia yang secara signifikan mengalami peningkatan di wilayah asia tenggara, Hal ini dibuktikan dengan rezim politik Indonesia melalui presiden Joko Widodo yang menginginkan Kota Batam sebagai wilayah pengembangan ekonomi digital melalui *Nongsa Digital Park*

sebagai *Digital Bridge*. Pemilihan Kota Batam sebagai tempat dibangunnya proyek strategis itu bukan tanpa alasan, Dilihat dari segi letak geografis Kota Batam yang sangat dekat dengan Singapura, Memudahkan aktivitas pengiriman barang ataupun perjalanan seseorang. Ditambah lagi Singapura melihat potensi sumberdaya Indonesia melalui Kota Batam yang memiliki berbagai insentif dalam aktivitas investasi seperti *Free Trade Zone* atau Zona Perdagangan Bebas yang menghapuskan bea pembayaran barang yang masuk di Kota Batam.

2. *Communicators Of Nation Brand Identity*

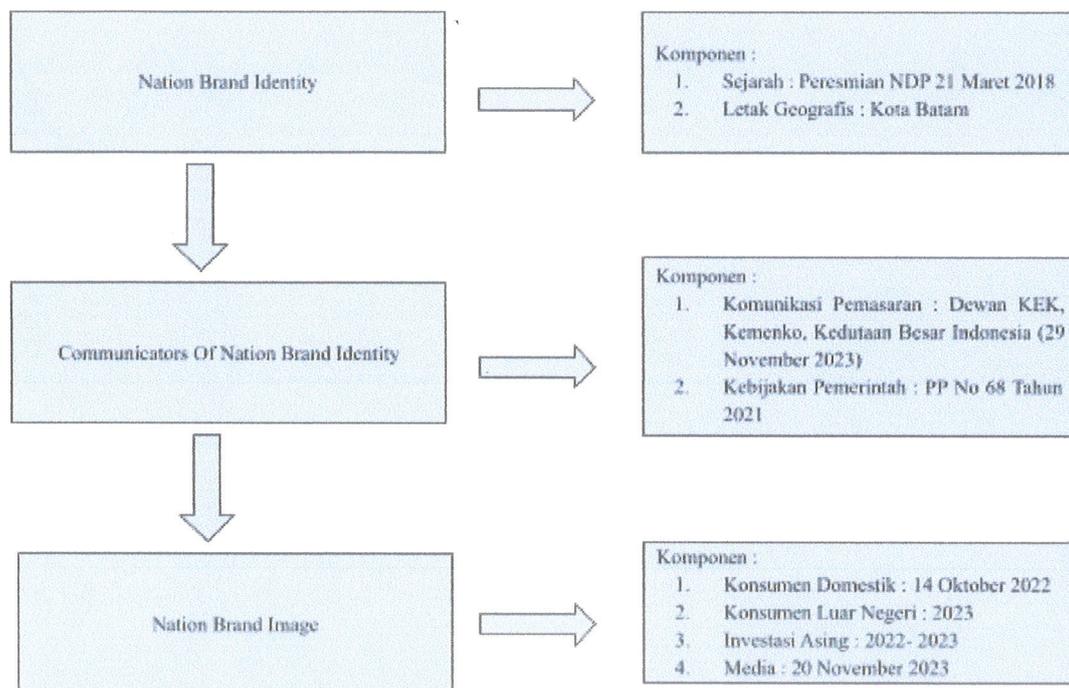
Kesimpulan dari bab ini berhubungan dengan komunikator identitas merek negara Indonesia yang dapat dilihat dari beberapa aspek mulai dari cara komunikasi pemasaran *Nongsa Digital Park* di forum regional atau di Singapura, serta peran penting Dewan Nasional KEK dan BP Batam dalam komunikasi pemasaran. Kemudian, kebijakan pemerintah menegaskan bahwa *Nongsa Digital Park* harus sesuai dengan PP nomor 68 tahun 2021 serta berbagai upaya yang dilakukan pemerintah untuk mendukung pembangunan Nation branding ekonomi digital di Nongsa Digital.

3. *Nation Brand Image*

Kesimpulan dari bab ini terkait Nation Brand Image Indonesia adalah bagaimana melihat hasil dari upaya branding yang dilakukan, baik dengan melibatkan konsumen domestik maupun luar negeri. Hal ini terlihat dari aktivitas nyata di kawasan Nongsa digital, seperti penerapan

pendidikan IT untuk talenta digital dan produksi film berstandar internasional yang dipasarkan di perfilman internasional. Investasi asing yang berkolaborasi di Nongsa digital merupakan contoh hasil dari upaya Nation branding yang dilakukan media pemerintah Indonesia melalui Indonesia Nongsa Digital Park.

Penjabaran Timeline *Nation Branding*



Dari penjabaran timeline *Nation branding* di atas dapat disimpulkan bahwa Tahapan pertama pada implementasi konsep teori *Nation branding* yang dikemukakan oleh Keith Dinnie adalah *Nation Brand Identity*, bahwa langkah pertama dalam pembentukan identitas ialah peresmian *Nongsa Digital Park* pada tanggal 21 Maret 2018. Lalu ditambahkan dengan komponen letak geografis yang menganalisis di mana identitas itu akan dibangun, maka jawabannya adalah pemilihan Kota Batam sebagai pembangunan identitas *Digital Bridge*.

Merespon kebijakan yang telah dilakukan pada *Nation brand Identity*, dilanjutkan dengan tahapan selanjutnya yaitu *Communicators Of Nation Brand Identity*, yang menganalisis pada komponen komunikasi pemasaran lewat peran beberapa aktor dalam mengkomunikasikan *Digital Bridge* seperti Dewan KEK, kemenko, kedutaan besar indonesia melalui pertemuan " *Indonesia SEZ Business Forum 2023* ". Lalu komponen selanjutnya adalah kebijakan pemerintah melalui PP nomor 68 tahun 2021. Merespon tahapan yang sudah dilakukan, masuk kepada tahapan terakhir adalah *Nation brand image*, dalam merespon kebijakan yang telah dilakukan dapat dilihat output melalui beberapa komponen yaitu konsumen domestik dan luar negeri, yakni melalui peresmian sektor pendidikan pada tanggal 14 Oktober 2022, lalu adanya investasi asing melalui *Data Center* dan sektor pendidikan Pada kurun waktu 2022-2023 dan yang terakhir adalah media pemerintahan sebagai *Nation branding Digital Bridge* melalui laman pemberitaan resmi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh adapun saran yang akan peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya pada penelitian selanjutnya dapat memperdalam kembali mengenai kerjasama pemerintah Indonesia dengan Singapura di Kota Batam melalui *Nongsa Digital Park*
2. Hendaknya pada penelitian selanjutnya lebih mengembangkan ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian yang telah dilakukan ini belum sepenuhnya dapat memberikan gambaran mengenai investasi yang dilakukan oleh perusahaan asing terhadap ekosistem digital di Indonesia.
3. Hendaknya pada penelitian selanjutnya acuan teori yang diimplementasikan dalam kerja sama di *Nongsa Digital Park* dapat lebih bervariasi, misal menggunakan teori *Interdependency*, teori kerja sama internasional dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Dimas, and Anna S. Perwitasari. 2023. "Riset Google, Temasek, Bain: Ekonomi Digital Indonesia Capai US\$ 109 Miliar di 2025." industri.kontan.
https://industri.kontan.co.id/news/riset-google-temasek-bain-ekonomi-digital-indonesia-capai-us-109-miliar-di-2025#google_vignette.
- Annur, Cindy M. 2023. "Indonesia Masih Rajai Ekonomi Digital di Asia Tenggara pada 2023." katadata.co.id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/03/indonesia-masih-rajai-ekonomi-digital-di-asia-tenggara-pada-2023>.
- Anwar, Jaitul, Yuanita F. Sidabutar, Raymond, and Rini L. Sitio. 2023. "Nongsa Development As A Special Economic Zone." semantic scholar.org.
<https://www.semanticscholar.org/reader/59de7e80e50e16fb5b4039ebd9a206ee4ebce9ac>.
- Aris. 2019. "Warisan BJ Habibie Untuk Kota Batam (1)." batampos.co.id.
<https://batampos.co.id/2019/09/12/warisan-bj-habibie-untuk-kota-batam-1/>.
- Arlina Arshad. 2018. "Batam tech park aims to be 'digital bridge' in region." straitstimes.com.
<https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/batam-tech-park-aims-to-be-digital-bridge-in-region>.
- Arlina Arsyad. 2018. "Tech park in Batam opens, aiming to be a 'digital bridge' between Singapore and Indonesia." straitstimes.com.

<https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/tech-park-in-batam-opens-aims-to-be-digital-bridge-between-singapore-and-indonesia>.

BP Batam. 2021. "Batam dan Investasi: Geliat Pertumbuhan KEK."

[bpbatam.go.id](https://bpbatam.go.id/en/batam-dan-investasi/). <https://bpbatam.go.id/en/batam-dan-investasi/>.

BP Batam. 2021. "KEK Batam Nongsa Digital Park Siap Sambut Industri Digital." [bpbatam.go.id](https://bpbatam.go.id/kek-batam/). <https://bpbatam.go.id/kek-batam/>.

Dinnie, Keith. 2008. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. N.p.: Routledge, Taylor & Francis Group.

East Ventures. 2021. "Nongsa Digital Park boosts digital ecosystems in Riau Islands, a tech talent magnet in Indonesia-Singapore border."

www.edb.gov.sg.

<https://www.edb.gov.sg/en/business-insights/insights/nongsa-digital-park-boosts-digital-ecosystems-in-riau-islands-a-tech-talent-magnet-in-indonesia-singapore-border.html>.

Endang Widi Winarni. 2018. *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*. N.p.: Bumi Aksara.

Imandiar, Yudistira. 2022. "Sederet Faktor yang Membuat Batam Diminati Banyak Investor." Detik.com.

<https://news.detik.com/berita/d-6338460/sederet-faktor-yang-membuat-batam-diminati-banyak-investor>.

Jaitul Anwar, Yuanita FD Sidabutar, Raymond, and Rini Lisbet Sitio. 2023.

"Nongsa Development as A Special Economic Zone." (*Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan* 8, no. 2 (Juli): 1-13.

Jayani, Dwi H. 2019. "Ekonomi Digital Menyumbang 2,9% PDB Indonesia."

databoks. Ekonomi Digital Menyumbang 2,9% PDB Indonesia.

Jordan, Ray. 2017. "Jokowi Pererat Kerjasama Dengan Singapura Di Sektor Pariwisata." Detik.com.

<https://travel.detik.com/travel-news/d-3632818/jokowi-pererat-kerjasama-dengan-singapura-di-sektor-pariwisata>.

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK

INDONESIA. 2021. "Nongsa Digital Park: Jembatan Digital Kerja Sama Publik dan Swasta Antarnegara." ekon.go.id.

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2265/nongsa-digital-park-jembatan-digital-kerja-sama-publik-dan-swasta-antarnegara>.

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK

INDONESIA. 2021. "Menjadi IT Hub Digital Bridge ke Mancanegara, KEK Nongsa Digital Park Dukung Pengembangan Ekonomi Digital." ekon.go.id.

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/4487/menjadi-it-hub-digital-bridge-ke-mancanegara-kek-nongsa-digital-park-dukung-pengembangan-ekonomi-digital>.

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK

INDONESIA. 2023. "Selenggarakan Business Forum di Singapura, Dewan Nasional KEK Tawarkan Berbagai Kemudahan/Insentif Investasi, dan Tanda Tangan 3 MoU Kerjasama KEK." ekon.go.id.

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN

REPUBLIK INDONESIA. (2023, November 30). Selenggarakan Business

Forum di Singapura, Dewan Nasional KEK Tawarkan Berbagai Kemudahan/Insentif Investasi, dan Tanda Tangan 3 MoU Kerjasama KEK. Kementerian Koordinator.

Lubis, Rifki s. 2023. "Diminati Investor Asing, KEK NDP Ubah Batam Jadi Pusat Industri Digital." *sumatra.bisnis.com*.

<https://sumatra.bisnis.com/read/20231201/534/1720011/diminati-investor-asing-kek-ndp-ubah-batam-jadi-pusat-industri-digital>.

Lusia Raras. 2023. "Pengembangan Nongsa Digital Park, Langkah Indonesia Menghadapi Industri Teknologi." *kfmap.asia*.

<https://kfmap.asia/blog/pengembangan-nongsa-digital-park-langkah-indonesia-menghadapi-industri-teknologi/2604>.

MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS SINGAPORE. 2018. "MFA Press Statement: Visit by Senior Minister of State, Ministry of Defence and Ministry of Foreign Affairs, Dr Mohamad Maliki Osman to Medan and Batam, Indonesia, 14 to 15 August 2018." *www.mfa.gov.sg*.
<https://www.mfa.gov.sg/Newsroom/Press-Statements-Transcripts-and-Photos/2018/08/SMSBatamMedan2>.

Muhammad Fitri Rahmadana. 2021. *Ekonomi Digital*. Edited by Hamdan. N.p.: Nilacakra.

Pemerintah Kota Batam. 2017. "Geografis Kota Batam." *batam.go.id*.
https://batam.go.id/icon_geografis/.

Rinaldo Dwi Putra. 2021. "NONGSA DIGITAL PARK (NDP) INVESTMENT AS A COOPERATION IN THE DIGITAL SECTOR BETWEEN SINGAPORE AND INDONESIA IN BATAM." *Jurnal Ilmiah Kajian*

Keimigrasian 4 (1): 1-14.

[https://www.bing.com/ck/a?!&&p=e6905116ee984ff2JmltdHM9MTcxMjAxNjAwMCZpZ3VpZD0zZjc5YzVjMi0xN2Y3LTZkNmItMDQ3NS1kNjUyMTZhMTZjMGMmaW5zaWQ9NTE5MA&pfn=3&ver=2&hsh=3&fclid=3f79c5c2-17f7-6d6b-0475-d65216a16c0c&psq=NONGSA+DIGITAL+PARK+\(NDP\)+INVESTMENT+AS+A+COOPERA.](https://www.bing.com/ck/a?!&&p=e6905116ee984ff2JmltdHM9MTcxMjAxNjAwMCZpZ3VpZD0zZjc5YzVjMi0xN2Y3LTZkNmItMDQ3NS1kNjUyMTZhMTZjMGMmaW5zaWQ9NTE5MA&pfn=3&ver=2&hsh=3&fclid=3f79c5c2-17f7-6d6b-0475-d65216a16c0c&psq=NONGSA+DIGITAL+PARK+(NDP)+INVESTMENT+AS+A+COOPERA.)

Sisinfo - Ditjen PP. 2023. "Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 2021 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus Nongsa." Peraturan.Go.id.

<https://peraturan.go.id/id/pp-no-68-tahun-2021>.

Salim H. S. dan Budi Sutrisno, *Hukum Investasi*, (Jakarta; Rajagrafindo Persada, 2008), h. 38.

Teti Purwanti. 2023. "Lewat DEFA, Amunisi Ekonomi Digital ASEAN Resmi Diluncurkan." CNBC Indonesia.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20230903191409-4-468664/lewat-defa-amunisi-ekonomi-digital-asean-resmi-diluncurkan>.

Varelza Geraldo, Dairatul Maarif, and Wiwiek Rukmi Dwi Astuti. 2020. "Kerja Sama Indonesia-Singapura di Bidang Ekonomi Digital melalui Pembentukan Kawasan Ekonomi Khusus Nongsa Digital Park di Batam 2018-2020." *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional* 2, no. 2 (Juli): 1-15.

<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=20709fac09fca24fJmltdHM9MTcxMjAxNjAwMCZpZ3VpZD0zZjc5YzVjMi0xN2Y3LTZkNmItMDQ3NS1kNjUyMTZhMTZjMGMmaW5zaWQ9NTE5Mg&pfn=3&ver=2&hsh=3&fclid=3f79c5c2-17f7-6d6b-0475-d65216a16c0c&psq=Kerja+Sama+Indonesia-Singapura+di+Bidang+Ekonomi+>.

Yuniati Jannatun Naim, and Ruslan Burhani. 2018. "Menlu resmikan Nongsa Digital Park." AntaraNews.com.

<https://www.antaraneews.com/berita/694539/menlu-resmikan-nongsa-digital-park>.

Lampiran I. Surat Izin Pengambilan Data



BADAN PENGUSAHAAN KAWASAN PERDAGANGAN BEBAS DAN PELABUHAN BEBAS BATAM

JALAN IBNU SUTOWO NO 1 BATAM CENTRE, PULAU BATAM 29411
KOTAK POS 151 ; TELEPON (0778) 462047, 462048
FAKSIMILE (0778) 462240, 462456 ; SITUS www.bpbatam.go.id

Nomor : B- **325** /A1.3/SM.07.01/1/2024 18 Januari 2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Persetujuan Permohonan Penelitian

Yth. Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Jalan Kaliurang km 14.5, Yogyakarta 55584

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor : 2692/DEK/70/DAA/1/2024 tanggal 8 Januari 2024 hal Permohonan Izin Pengambilan Data Skripsi, bersama ini disampaikan bahwa kami dapat menerima 1 (satu) mahasiswa untuk melaksanakan Penelitian di Badan Pengusahaan Batam, atas nama : Hendra Wahyunas NIM : 20323123 Prodi Studi : Hubungan Internasional Judul Penelitian : "Upaya Nation Branding Ekonomi Digital Indonesia Terhadap Singapura Melalui Kerja sama Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Nongsa Digital Park di Kota Batam Tahun 2018 - 2023", dengan ketentuan sebagai berikut :

1. kegiatan Penelitian dilaksanakan terhitung mulai tanggal 19 Januari 2024 s/d 29 Februari 2024;
2. untuk kelengkapan administrasi mohon agar yang bersangkutan dapat menyerahkan biodata yang dilengkapi foto ukuran 3x4 berwarna sebanyak 1 lembar;
3. Badan Pengusahaan Batam tidak menyediakan akomodasi, transportasi, dan asuransi selama yang bersangkutan melaksanakan Penelitian di Badan Pengusahaan Batam;
4. kegiatan Penelitian hanya untuk keperluan Studi;
5. setelah selesai melaksanakan Penelitian harap menyerahkan laporan Penelitian ke Biro Sumber Daya Manusia Cq. Kabag. Perencanaan, Pengembangan dan Administrasi SDM Badan Pengusahaan Batam;

Atas perhatian Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Kepala Biro Sumber Daya Manusia,

Lilik Lujayanti

Tembusan:
Anggota Bidang Administrasi dan Keuangan

Lampiran II. Transkrip Wawancara

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Dalam daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul **“UPAYA PEMERINTAH INDONESIA UNTUK MEWUJUDKAN NATION BRANDING MELALUI KERJA SAMA DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS (KEK) NONGSA DIGITAL PARK KOTA BATAM TAHUN 2018 - 2023”**

Narasumber : Antony Nababan, Staf Pusat Pengembangan KPBPB dan KEK BP
Batam

Tanggal : 29 Februari 2024

No	Pertanyaan	Keterangan
1	Bagaimana awal mula kesepakatan Nongsa Digital Park melalui kerja sama bilateral Indonesia dan Singapura ?	Untuk menjawab hal ini kita perlu melihat bagaimana titik awal kedekatan antara pemerintah Indonesia dan juga Singapura yang sudah terjalin cukup lama dan sudah menyepakati berbagai kerjasama bilateral di berbagai bidang. Maka dari itu melalui berbagai pertemuan antara Presiden Joko Widodo dan juga PM Singapura Lee Hsien Loong. menginginkan dan menjadikan kota Batam sebagai jembatan digital atau digital Bridge Indonesia. Bukan Tanpa Alasan pemilihan Kota Batam sebagai digital Bridge yang diinginkan oleh pemerintah Indonesia karena letak strategis Kota

		<p>Batam yang berdekatan dengan Singapura. Sudut pandang negara Singapura terhadap Kota Batam tidak lagi melihat bahwasanya itu adalah diri mereka sendiri. Akan tetapi keterbukaan untuk bekerja sama dengan menjadikan kawasan Nongsa digital Park sebagai sebuah kawasan untuk pengembangan ekonomi digital membawa pada arti penting keseriusan negara Singapura dalam melihat kota Batam sebagai Mitra yang strategis dalam melakukan kerjasama.</p>
2	<p>Apa program yang menjadi fokus dari Nongsa Digital Park ?</p>	<p>Ada beberapa program yang menjadi fokus dan basis dari pengembangan Nongsa digital Park mas hendra, seperti pariwisata, ekonomi digital, industri kreatif dan bidang pendidikan. Di dalam industri kreatif yang dilaksanakan di Nongsa digital Park kita bisa melihat adanya keberadaan Infinite Studio sebagai salah satu wadah produksi film yang dimiliki Nongsa digital Park yang sudah berbasis internasional serta membawa Citra yang baik bagi dunia Perfilman di Indonesia. Dalam hal pendidikan kita bisa melihat bahwasanya di sana ada aktivitas pendidikan seperti purwadhika, Lalu ada Apple developer Academy yang memang tujuannya untuk melatih talenta digital yang dimiliki oleh anak-anak bangsa Indonesia. Dalam hal lain ekonomi digital yang tidak kalah</p>

		<p>penting dalam komponen yang dijalankan di Nongsa digital park yaitu adanya pusat Data Center yang akan dibangun di kawasan Nongsa digital Park, yang mana data senter yang terkemuka yang ada di Singapore akan membangun pusat data di Kota Batam.</p>
3	<p>Apa Manfaat yang bisa dirasakan oleh masyarakat Indonesia khususnya kota Batam atas kehadiran Nongsa Digital Park ?</p>	<p>Manfaat yang dirasakan secara langsung atas kehadiran Nongsa digital Park di kota Batam tentunya adalah penyerapan tenaga kerja. Kota Batam dikenal sebagai Kota industri di mana Banyak sekali para pencari kerja yang ada di seluruh Indonesia datang dan menginginkan bekerja di kota Batam. Kehadiran Nongsa digital Park dengan berbagai fokus yang ada tentunya bermanfaat atas penyerapan tenaga kerja yang ada di Indonesia</p>
4	<p>Dalam melakukan strategi nation branding, tentunya ada aktor yang berperan dalam berjalannya aktivitas tersebut. seperti yang disebutkan Keith Dinnie dengan istilah “ <i>communicators of nation brand identity</i> “. yang dicontohkan melalui aktor pemerintah, duta besar, lembaga investasi, lembaga pariwisata. Aktor apa saja yang berkontribusi dalam Nongsa Digital Park ?</p>	<p>Apabila kita berbicara terkait upaya Nation branding pemerintah Indonesia melalui kawasan ekonomi khusus Nongsa digital Park faktor pertama yang memainkan peranan kunci adalah pemerintah Indonesia. Yang mana aktor pemerintah bekerjasama dengan negara Singapura untuk membahas dan menyepakati kerjasama bilateral yang dihasilkan di Kota Batam. Lalu aktor yang kedua adalah pihak swasta dalam hal ini adalah Nongsa yang mana merupakan salah satu pihak yang</p>

		<p>memiliki sumber daya wilayah serta mempunyai keinginan kuat untuk memberikan kontribusi yang kuat dalam peranannya yang bekerjasama dengan pemerintah daerah kota Batam dalam hal ini badan yang mengurus terkait investasi dan juga pembangunan di kota adalah badan perusahaan Kota Batam. Ditetapkannya Nongsa digital Park sebagai sebuah kawasan ekonomi khusus melalui PP nomor 68 tahun 2021.</p>
5	<p>Bagaimana Kontribusi BP Batam terhadap Nongsa Digital Park ?</p>	<p>Peran BP Batam dalam mengawasi dan menangani kawasan ekonomi khusus Nongsa digital Park adalah sebagai fasilitator yang membawa kelancaran pada proses pembangunan dan juga infrastruktur. Maka dari itu tugas dan wewenang BP Batam dalam hal ini terkait fasilitas penyiapan air dan listrik penyiapan jalan menuju kawasan Nongsa digital Park.</p>

Narasumber : Pak Sastra Wijaya (Kepala Operasional Nongsa Digital Park)

Tanggal : 15 Februari 2024

No	Pertanyaan	Keterangan
1.	Bagaimana sejarah awal mula pendirian nongsa digital park, yang pada saat ini dikenal sebagai kawasan ekonomi khusus dan mempunyai fokus pengembangan di dunia digital atau IT ?	Baik mas Hendra, satu hal yang perlu kita ketahui dan kita bahas sebelum masuk ke sejarah pembentukan Nongsa digital Park adalah bahwasanya Jauh sebelum keberadaan Nongsa digital Park wilayah Nongsa merupakan wilayah yang sudah diproyeksikan sebagai salah satu pariwisata terkemuka di kota Batam. Adapun beberapa potensi pariwisata yang sudah dimiliki oleh wilayah Nongsa seperti Nongsa point Marina dan resort, Turi Beach dan juga Nongsa Pura ferry terminal. Ketiga tempat tersebut sudah mendapatkan Citra yang baik bagi negara tetangga yakni Singapura karena menjadi salah satu destinasi favorite masyarakat negara Singapura untuk berlibur di kota Batam. Hal yang paling penting menggarisbawahi Bagaimana terbentuknya Nongsa digital park adalah bagaimana kami sebagai pihak swasta melihat adanya peluang sebagai salah satu upaya pembangunan kawasan yang berbasis pada ekosistem digital melalui negara Singapura yang memang sudah lebih dulu mendapatkan kekuatan ekonomi digital yang lebih baik dan maju. Peluang yang lain juga kita lihat dari kedekatan letak geografis yang menjadi salah satu kunci

		<p>Bagaimana negara Singapura dapat berkontribusi baik kepada pihak swasta maupun pemerintah daerah untuk melakukan kerjasama di kawasan Nongsa digital Park. Pemilihan ekonomi digital yang ingin dikembangkan oleh pihak Nongsa melalui Nongsa digital Park karena wilayah Singapura yang sudah tidak memiliki sumber daya untuk mengembangkan dan menyebarluaskan sumber daya yang ada di negaranya. Lalu izin kerja untuk orang-orang yang menekuni profesionalisme dalam dunia IT, untuk mendapatkan izin kerja di Singapura itu sangat susah. Yang diprioritaskan di sana adalah pemberian izin kerja bagi blue color seperti Welder dan orang-orang yang bekerja di galangan kapal. (Pihak Nongsa mendapat support dari negara singapura)</p>
2.	<p>Dari jurnal yang saya baca terkait kesepakatan nongsa digital park, sebagai sebuah forum kerja sama, ada peran negara singapura sebagai mitra kerja sama bilateral dalam nongsa digital park ini, pertanyaannya :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengapa singapura dipilih sebagai mitra kerja sama dalam proyek nongsa digital park ini ? terkait peluang. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah terjawab di pertanyaan nomor 1 - Untuk menjawab peran negara Singapura dalam kerjasama Indonesia melalui Nongsa digital bisa kami jelaskan melalui peranan EDB Singapura sebagai salah satu badan pemerintah yang bertanggung jawab atas strategi dan inisiatif untuk mempromosikan pertumbuhan ekonomi Singapura melalui investasi dan pengembangan bisnis. Di dalam EDB ini sendiri mempunyai tugas atau fungsi yakni kemitraan global seperti memperluas jaringan bisnis Global

	<p>- Lalu apa peran negara singapura dalam kerja sama dengan indonesia melalui nongsa digital park ini, apakah terkait mendatangkan investasinya, permodalan atau biaya pembangunan, atau hal lainnya ?</p>	<p>Singapura untuk mempromosikan Singapura sebagai hub regional dan global untuk berbagai industri. Bentuk support dari Singapura melalui edb kepada kami adalah mendatangkan investor yang ada di Singapura atau perusahaan yang ada di Singapura untuk menanamkan modal di Nongsa digital Park tanpa harus ke Singapura untuk melakukan komunikasi terkait investasi dan melakukan investasi di sana</p>
<p>3.</p>	<p>Apa visi dan misi dari nongsa digital park ?</p>	<p>Nongsa Digital Park (NDP) di Batam memiliki visi untuk menjadi gerbang utama ekonomi digital Indonesia dan tujuan pilihan bagi pariwisata domestik dan internasional di Kepulauan Riau. Dengan moto "Work, Live, Play," NDP bertujuan menciptakan lingkungan yang menyenangkan untuk generasi masa depan agar mencapai keseimbangan hidup. Park ini juga ingin membangun komunitas teknologi yang kuat, mendukung startup, dan menyediakan program pembelajaran untuk meningkatkan keterampilan IT (Nongsa Digital Park).</p> <p>Misi NDP adalah menyediakan infrastruktur yang ideal untuk pertumbuhan bisnis digital, termasuk pengembangan pusat data dan</p>

		<p>fasilitas gaya hidup di dalam kawasan resort Nongsa. Mereka juga berfokus pada kolaborasi dengan berbagai institusi pendidikan untuk meningkatkan keterampilan IT siswa Indonesia, dengan tujuan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengusaha teknologi untuk bekerja, hidup, dan bermain. Hal ini sejalan dengan visi Presiden Joko Widodo untuk menjadikan Indonesia sebagai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara (Nongsa Digital Park).</p>
4.	<p>Identitas apa yang ingin di bangun oleh nongsa digital park itu sendiri ?</p>	<p>Motto "Work, Live, Play" mencerminkan tujuan NDP untuk menyediakan lingkungan yang memungkinkan para profesional teknologi bekerja, tinggal, dan bermain secara seimbang. Kawasan ini direncanakan untuk memastikan tingkat kualitas hidup yang tinggi, mencakup berbagai fasilitas gaya hidup dan rekreasi yang mendukung. tujuan kita disini untuk menjadi pintu gerbang utama bagi ekonomi digital Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi modern dan dukungan infrastruktur, NDP berharap dapat menarik perusahaan teknologi global dan startup untuk beroperasi di wilayah tersebut, sehingga dapat meningkatkan posisi Batam dan Indonesia dalam peta ekonomi digital global. NDP bertujuan untuk diakui sebagai pusat inovasi dan teknologi di Asia Tenggara. Dengan menciptakan pusat data, ruang kerja bersama, serta fasilitas teknologi</p>

		<p>lainnya, NDP menekankan pentingnya pembentukan lingkungan yang mendorong inovasi dan pekerjaan yang sama di kalangan pelaku industri teknologi.</p> <p>Dengan visi itu, Nongsa Digital Park di Batam berupaya untuk memperkuat identitasnya sebagai hub inovasi yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital Indonesia dan meningkatkan daya tarik Batam sebagai destinasi bagi perusahaan teknologi global dan para profesional di bidang teknologi.</p>
--	--	--

Lampiran III. Surat Selesai Penelitian



**BADAN PENGUSAHAAN KAWASAN PERDAGANGAN BEBAS
DAN PELABUHAN BEBAS BATAM**

JALAN IBNU SUTOWO NO. 1. BATAM CENTRE, PULAU BATAM 29411
KOTAK POS 151 ; TELEPON (0778) 462047, 462048
FAKSIMILE (0778) 462240, 462456 ; SITUS www.bpbatam.go.id

SURAT KETERANGAN
NOMOR **116** /A1.3/2/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ir. Lilik Lujayanti, M.Si
NIP : 196703021995032001
Jabatan : Kepala Biro Sumber Daya Manusia

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa Universitas Islam Indonesia :

Nama : Hendra Wahyunas
NIM : 20323123
Jurusan : Hubungan Internasional

Telah melaksanakan Penelitian di Pusat Pengembangan KPBPBB dan KEK Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam, terhitung mulai tanggal 19 Januari 2024 sampai dengan 29 Februari 2024.

Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batam, ²⁹ Februari 2024
Kepala Biro Sumber Daya Manusia,



Ir. Lilik Lujayanti, M.Si
NIP: 196703021995032001