

UPAYA NATION BRANDING INDIA PADA MASA PRESIDENSI G20

TAHUN 2023

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) Strata-1



Risqi Achmad Tantowi

202010360311172

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

**UPAYA NATION BRANDING INDIA PADA MASA PRESIDENSI
G20 TAHUN 2023**

Diajukan Oleh :

RISQI ACHMAD TANTOWI
202010360311172

Telah disetujui
Senin, 20 Januari 2025

Pembimbing I



Devita Prinanda, M.Hub., Int

Wakil Dekan



Najamul Huda, S.Pd., M.Pd., M.Hub.Int

Ketua Program Studi
Hubungan Internasional



Prof. Gonda Yumitro, M.A., Ph.D.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :



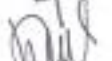
RISQI ACHMAD TANTOWI

202010360311172

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S-1) Hubungan Internasional
Jurat, 26 Desember 2024
Di hadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Havidz Ageng Prakoso, M.A. ()
2. Muhammad Fadryl Adzmy, M.A. ()
3. Devita Prinanda, M.Hub., Int. ()

Mengetahui,
Wakil Dekan  Sosial dan Ilmu Politik


Nainurrobbil Karim, S.IP., M.Hub.Int

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Risqi Achmad Tantowi
NIM : 202010360311172
Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Upaya Nation Branding India Pada Masa Presidensi G20 Tahun 2023
Pembimbing : 1. Devita Prinanda M.Hub., Int

Kronologi Bimbingan:

Tanggal	Paraf Pembimbing	Keterangan
19 Desember 2023	dl	Pengajuan Judul
12 Januari 2024	dl	ACC BAB I
25 Maret 2024	dl	Seminar Proposal
31 Mei 2024	dl	ACC BAB I
28 September 2024	dl	ACC BAB II
4 Desember 2024	dl	ACC BAB III
4 Desember 2024	dl	ACC BAB IV
9 Desember 2024	dl	ACC Ujian Skripsi

Malang, 9 Desember 2024

Menyetujui,
Pembimbing I



Devita Prinanda M.Hub., Int



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jurusan : Ilmu Kesejahteraan Sosial * Ilmu Pemerintahan * Ilmu Komunikasi * Sosiologi * Hubungan Internasional
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. (0341) 460948, 464318-19 Fax. (0341) 460782 Malang 65144 Pes. 132

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Risqi Achmad Tantowi
NIM : 202010360311172
Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
Upaya Nation Branding India Pada Masa Presidensi G20 Tahun 2023 adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya,

Malang, 9 Desember 2024

Yang Menyatakan,

Risqi Achmad Tantowi

ABSTRAK

Risqi Achmad Tantowi, 2024, 202010360311172, Universitas Muhammadiyah Malang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Hubungan Internasional, Upaya Nation Branding India Pada Masa Presidensi G20 Tahun 2023, Dosen Pembimbing : Devita Prinanda M.Hub., Int

Penelitian ini menganalisis upaya *nation branding* yang dilakukan oleh India selama masa kepresidenannya dalam forum G20 tahun 2023. Sebagai tuan rumah, India memiliki peluang strategis untuk memperkuat citra globalnya melalui penerapan enam elemen *Nation Branding Hexagon* yang dikemukakan oleh Simon Anholt, yakni dalam sektor pemerintahan, ekspor, pariwisata, investasi, masyarakat, dan kebudayaan. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi pustaka untuk mengeksplorasi bagaimana kebijakan dan inisiatif India dalam G20 dapat memperkuat daya saing globalnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa India telah berupaya dalam memanfaatkan forum G20 untuk menampilkan kepemimpinan ekonomi yang inklusif, meningkatkan daya tarik investasi melalui kebijakan berkelanjutan, serta mempromosikan keberagaman budaya dan pariwisatanya sebagai bagian dari citra nasional yang kuat. India juga menonjolkan inisiatif seperti *Jan Bhagidari* yang melibatkan partisipasi masyarakat dalam proses kebijakan, serta gerakan *LIFE (Lifestyle for Environment)* yang menekankan keberlanjutan lingkungan. Dengan upaya tersebut, India tidak hanya memperkuat pengaruhnya dalam diplomasi global, tetapi juga meningkatkan daya saingnya dalam ekonomi, pariwisata, dan hubungan internasional.

Kata Kunci: Anholt Branding Hexagon, Diplomasi Internasional, G20, India, Nation Branding

Malang, 4 Januari 2024

Menyetujui,
Pembimbing,



Devita Prinanda M.Hub., Int

Peneliti,



Risqi Achmad Tantowi

ABSTRACT

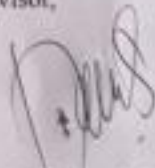
Risqi Achmad Tantowi, 2024, 202010360311172, University of Muhammadiyah Malang, Faculty of Social and Political Science, International Relation Study Program, India's Nation Branding Efforts During the 2023 G20 Presidency, Advisor: Devita Prinanda M.Hub., Int

This study analyzes India's nation branding strategy during its presidency of the G20 in 2023. As the host country, India had a strategic opportunity to strengthen its global image by implementing the six elements of Simon Anholt's Nation Branding Hexagon: governance, exports, tourism, investment, people, and culture & heritage. This research employs a qualitative-descriptive approach with a literature study method to explore how India's policies and initiatives during the G20 enhanced its global competitiveness. The findings indicate that India effectively leveraged the G20 forum to showcase its inclusive economic leadership, attract investments through sustainable policies, and promote its cultural and tourism diversity as key components of its national brand. Additionally, India highlighted initiatives such as Jan Bhagidari, which encouraged public participation in policymaking, and the LiFE (Lifestyle for Environment) movement, which emphasized environmental sustainability. Through these strategies, India not only strengthened its influence in global diplomacy but also enhanced its competitiveness in economics, tourism, and international relations.

Keywords: Anholt Branding Hexagon, Diplomacy, G20 2023, India, Nation Branding

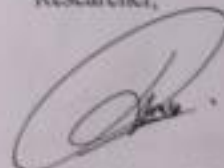
Malang, 4 Januari 2025

Approved,
Advisor,



Devita Prinanda M.Hub., Int

Researcher,



Risqi Achmad Tantowi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini hingga akhir dengan baik. Tak luput juga shalawat dan salam saya sampaikan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang selalu menjadi panutan bagi saya dalam menjalankan kehidupan dunia. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan Strata-1 (S.Sos), Sarjana Sosial di Program Studi Hubungan Internasional. Adapun judul skripsi yang diangkat oleh penulis adalah “Upaya Nation Branding India Pada Masa Presidensi G20 Tahun 2023”. Dalam menuntaskan penelitian ini penulis sadar bahwasanya segala kemampuan, kekuatan, dan usaha penulis sendiri tidak akan berjalan dengan mudah tanpa bantuan dari banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya dan doa sebaik-baiknya kepada semua pihak yang telah hadir pada masa perkuliahan penulis hingga menuntaskan penelitian ini. Ucapan dan doa tersebut

1. Tuhan yang Maha Esa, Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis berupa kelancaran, kekuatan, dan kesehatan, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Dengan penuh cinta dan ketulusan, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada Ibunda tercinta, Ibu Tunik Yuniarsih yang doanya selalu mendahului setiap langkah penulis, dalam setiap tetes peluh dan lelahnya terdapat kasih sayang yang tiada batas. Tanpa restu, dukungan, doa, serta ketulusan cintanya, perjalanan

penulisan skripsi ini tentu tidak akan semudah ini untuk dilalui. Semoga setiap doamu yang mengangkasa kembali sebagai hujan berkah yang menyejukkan hari-harimu, semoga keberhasilanku kelak menjadi hadiah sederhana yang mampu menghadirkan senyum di wajahmu.

3. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Ayahanda tercinta, Bapak Wiji yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Dalam diamnya, tersimpan doa yang tak pernah putus, dalam lelahnya terselip harapan yang tak pernah pudar. Tanpa kasih sayang, kerja keras, dan restunya penulis tidak akan berada di posisi ini. Semoga setiap letih yang pernah singgah di ragamu berbuah menjadi manis kebahagiaan yang luas tak terbatas.
4. Miss Devita Prinanda M.Hub., Int. Selaku Dosen Pembimbing penulis, terimakasih atas dedikasi ilmu, kritik, arahan, tenaga, dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama proses bimbingan penulisan skripsi hingga waktu sidang berlangsung.
5. Untuk seseorang yang tidak di sangka akan menjadi kekasih penulis, Puput Erinda, terimakasih telah menjadi cahaya di tengah lelah, menjadi penguat di saat ragu, yang selalu memberikan doa, perhatian, serta dukungan tanpa henti. Semoga kebersamaan ini terus mengiringi langkah-langkah bersama kedepannya. Doa terbaik penulis panjatkan untuk kehidupanmu dan keluargamu.
6. Kepada mereka yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan moral kepada penulis, Alyaa Shaafiyah Arrasyid, Nabila

Khoirunnissa, Jamilatul Husna Tiara Adha, terimakasih untuk semua support, harapan, dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat sampai ke titik penyelesaian skripsi ini. Semoga hal-hal baik akan terus datang kepada perjalanan kehidupan kalian kedepannya.

7. Teruntuk kawan-kawan dekat penulis, Muhammad Panji Surya Bakti, Kevin Nakia Pratista, Naila Najma Alifa. Terimakasih untuk moment-moment indah yang telah dilakukan bersama semoga harapan dan cita-cita yang diinginkan akan selalu terwujud untuk kalian.
8. Kepada seluruh anggota Departemen Ekonomi Kreatif periode Fraternity yang sudah dianggap keluarga oleh penulis, terimakasih untuk kenangan, cerita, perjuangan, serta moment menyenangkan yang telah dilalui bersama. Semoga impian dan harapan yang pernah kita bagikan bersama akan tercapai satu-persatu di masa depan.
9. Kepada kawan-kawan KONTEX: Firli Widiawan, Ahmad Atha Fatihul Khodhi, Wisnu Adi Prasetyo, Muhammad Trivansyah Jati, Muhammad Wildan Dipa, Nathawirendra Estunggoro dan kawan-kawan kontex lainnya. Terimakasih telah kebersamai perjalanan penulisan skripsi ini dan membuat kenangan manis di akhir masa perkuliahan, *till we meet again*. Salam domba!
10. Teruntuk orang-orang yang penulis anggap sebagai saudara sekandung, Wayan Rama Kusuma Dewa, Attila khansa Rayhan, Muhammad Akbar Putra Sakti, Benavasha Levananda, Raihan Nustra Harsono. Terimakasih atas segala bentuk dukungan, kebersamaan, canda tawa,

suka, dan duka yang telah menjadi bagian dalam perjalanan pendewasaan hidup ini. Semoga ikatan persaudaraan ini senantiasa terjaga dan menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan akan lebih bermakna saat dijalani bersama.

11. Terakhir kepada sang penulis, ucapan terimakasih diberikan untuk penulis yang telah memilih bertahan ketika ingin menyerah, yang tetap melangkah meski jalan terasa terjal, yang tetap teguh melangkah ditengah keraguan terimakasih telah percaya bahwa diri ini mampu. Perjalanan belum usai, masih banyak Impian yang harus dikejar, teruslah maju, dan jangan pernah ragu pada kekuatan yang ada dalam diri.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi setiap insan cita yang membacanya dan bisa dijadikan refrensi bagi penelitian selanjutnya.

Malang, 6 Februari 2025

Risqi Achmad Tantowi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
DAFTAR ISI.....	xviii
SERTIFIKAT PLAGIASI.....	xxviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
1.4 Penelitian Terdahulu	6
1.5 Kerangka Konseptual	19
1.5.1 Nation Branding	20
1.6 Metode Penelitian.....	23
1.6.1 Jenis Penelitian.....	23
1.6.2 Teknik Analisis	23
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23

1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
1.7 Argumen Pokok	25
1.8 Sistematika Penulisan.....	26
BAB II.....	28
PRESIDENSI G20 DI INDIA TAHUN 2022-2023	28
2.1 Sejarah Presidensi <i>Group of Twenty</i> (G20).....	28
2.2 Presidensi G20 India	37
2.3 Prosesi Pelaksanaan G20 India	38
BAB III.....	51
UPAYA <i>NATION BRANDING</i> INDIA MELALUI IMPLEMENTASI ENAM ELEMEN ANHOLT <i>NATION BRANDING HEXAGON</i>	51
3.1 Penguatan Kepemimpinan Ekonomi India pada Presidensi G20.....	51
3.2 Pariwisata Berkelanjutan India dalam Presidensi G20	60
3.3 Ragam Tradisi dan Budaya India Sebagai Penguatan Nation Branding India	71
3.4 Jan Bhagidari dalam Keterlibatan Masyarakat pada Forum G20 India	77
3.5 Keuangan Berkelanjutan dan Daya Tarik Investasi sebagai Pilar Nation Branding India.....	87
3.6 Inisiasi Kebijakan Pemerintah Melalui Forum G20 India	92
3.7 Analisis Upaya Nation Branding India menurut Enam Element Nation Branding Hexagon	103
BAB IV	108
PENUTUP.....	108
4.1 Kesimpulan	108
4.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Presidensi G20 India.....	39
Gambar 2.2 Sesi <i>One Earth</i>	43
Gambar 2.3 Sesi <i>One Family</i>	44
Gambar 2.4 Sesi <i>One Future</i>	46
Gambar 3.1 Penyelenggaraan Konferensi B20 di Mizoram	64
Gambar 3.2 Siaksuk Tlang, Mizoram	65
Gambar 3.3 Pertemuan <i>Tourism Working Group</i> di Rann of Kutch	67
Gambar 3.4 Brosur Digital Destinasi Wisata Rann of Kutch.....	68
Gambar 3.5 Kegiatan Sesi Yoga Para Anggota Delegasi G20.....	72
Gambar 3.6 Kunjungan Delegasi G20 di <i>National Gallery of Modern Art</i> New Delhi.....	74
Gambar 3.7 Logo dan Tema Presidensi G20 India	75
Gambar 3.8 Agenda G20 <i>University Connect</i>	79
Gambar 3.9 <i>Awarding Session G20 Model Meeting</i> di New Delhi	83
Gambar 3.10 Kawasan Kumuh di New Delhi Ditutupi Kain.....	84
Gambar 3.11 Agenda Pertemuan G20 <i>Sustainable Finance Working Group</i> (SFWG) di Uttar Pradesh.....	89
Gambar 3.12 Agenda G20 <i>Beach Clean Up Drive</i> di Juhu Chowpatty, Mumbai	94
Gambar 3.13 Perdana Menteri India dalam <i>Voice of Global South Summit</i>	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Posisi Penelitian	13
Tabel 1.2 Sistematika Penulisan	26
Tabel 2.1 Daftar Presidensi KTT G20	35
Tabel 3.1 Persebaran Komoditas Pertumbuhan Ekspor 2022-2023.....	54
Tabel 3.2 Universitas Mitra G20 <i>University Connect</i>	80
Tabel 3.3 Komitmen G20 dalam Topik <i>Climate Resilient Future</i>	96
Tabel 3.4 Dimensi <i>Nation Branding</i> yang Diterapkan oleh India	105




DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Laporan Pertumbuhan Ekspor India	53
Grafik 3.2 Jumlah Pengunjung Asing ke Mizoram.....	63



DAFTAR SINGKATAN



AI	: <i>Artificial Intelligence</i>
B20	: <i>Business 20</i>
Covid-19	: <i>Coronavirus Disease 2019</i>
DPI	: <i>Digital Public Infrastructure</i>
ESG	: <i>Environment, Social, and Governance</i>
FDI	: <i>Foreign Direct Investment</i>
G20	: <i>Group of Twenty</i>
G7	: <i>Group of Seven</i>
KTT	: <i>Konferensi Tingkat Tinggi</i>
LiFE	: <i>Lifestyle for Environment</i>
NGMA	: <i>National Gallery of Modern Art</i>
PBB	: <i>Perserikatan Bangsa Bangsa</i>
PDB	: <i>Produk Domestik Bruto</i>
SDG	: <i>Sustainable Development Goal</i>
SDGs	: <i>Sustainable Development Goals</i>
SFWG	: <i>Sustainable Finance Working Group</i>
SWOC	: <i>Strengths, Weakness, Opportunities, Challenges</i>
TAAP	: <i>Transparency, Accountability and Anti-Corruption</i>
TI	: <i>Teknologi Informasi</i>
TIMM	: <i>Trade and Investment Ministerial Meeting</i>
TIWG	: <i>Trade and Investment Working Group</i>
USD	: <i>United States Dollar</i>
UMKM	: <i>Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah</i>
UNESCO	: <i>United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization</i>
Y20	: <i>Youth 20</i>

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Internet: Artikel & Jurnal Ilmiah

- Ahldag, Arnika. "In Transition: Collection Building at the National Gallery of Modern Art in New Delhi." *Chitrolekha Journal on Art and Design* 5, no. 1 (2022): 1–8.
- Anholt, Simon. *Competitive Identity*, n.d.
- Anholt, Simon. "Nations-Brands of the Twenty-first Century". *Journal of Brand management*. Vol. 5. No. 6 (1998).
- Anholt, Simon. *Nation Branding di Asia*. Place Branding and Public Diplomacy. Vol. 4. No. 4 (2008).
- Annur, Cindy Mutia. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tertinggi ke-3 di Kelompok G20.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/08/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-tertinggi-ke-3-di-kelompok-g20> (12/8/2024.12.16 WIB)
- Ariputra, I Putu Suyasa, I Wayan Purtama Yasa, and I Nyoman Sumerta. "AKTUALISASI KONSEP VASUDHAIVA KUTUMBAKAM DI TENGAH TANTANGAN ERA GLOBALISASI (Studi Kasus SD Fajar Harapan)." *Sanjiwani: Jurnal Filsafat* 13, no. 1 (2022): 80–94.
- Arif Arfanda Rudini. *G20 Bali Leaders' Declaration Sebagai Kulminasi Penyelenggaraan Presidensi G20 Tahun 2022*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Di akses dari <https://kpbu.kemenkeu.go.id/read/81-1511/umum/kajian-opini-publik/g20-bali-leaders-declaration-sebagai-kulminasi-penyelenggaraan-presidensi-g20-tahun-2022> (6/6/2024.13.15WIB)
- Bhatia, Rajiv. "India's G20 Presidency: Conception, Policy Prescription and Impact." *Heinrich Boll Stiftung Regional Office New Delhi*. Last modified 2023. <https://in.boell.org/en/indias-g20#:~:text=India will work with other,one of our core priorities.>
- Bhattacharyya, D.C. "Atithi Devo Bhava" (n.d.).
- Bie, Zainab. "Charting a Climate-Resilient Future: The New Delhi Summit's Commitments and Global Unity." *G20 Information Centre*. Last modified 2023. <https://g20.utoronto.ca/analysis/231024-bie.html>.

- Biletska, Oksana. "Culture As a Nation Branding Tool Within the International Interaction System." *Culture and Arts in the Modern World* 1915, no. 22 (2021): 22–33.
- Bradford, Colin I. *et. al. The April 2009 London G-20 Summit in Restrospect*. Brookings. <https://www.brookings.edu/articles/the-april-2009-london-g-20-summit-in-retrospect/> (5/6/2024.16.04 WIB)
- Buttignol, Michela. *Asian Financial Crisis*. Investopedia. Di akses dari <https://www.investopedia.com/terms/a/asian-financial-crisis.asp#citation-11> (03/06/2024.19.18 WIB)
- Chauhan Pramodkumar Sani, *A Study on Presidency of The G20 in India: SWOC Analysis*, Vol, 2, No, 2 (Autumn 2023), India: Vidya A Journal of Gujarat University, hal. 15.
- CSRReport. *The Russian Financial Crisis of 1998: An Analysis of Trends. Causes, and Implications*. Research Service Reports. <https://www.everycrsreport.com/reports/98-578.html> (5/6/2024.13.00 WIB)
- Deputi VII, *Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 Presidensi Jepang pada 23-30 Juni 2019, di Osaka*, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, diakses dalam <https://www.deputi7.ekon.go.id/post/konferensi-tingkat-tinggi-ktt-g20-presidensi-jepang-pada-23-30-juni-2019-di-osaka> (6/6/2024,12:15 WIB)
- D. Ba Alice, *Asian Financial Crisis*, Britannica Money, <https://www.britannica.com/money/Asian-financial-crisis> (03/062024, 17:00 WIB)
- European Central Bank, *G20 Priorities under the Russian Presidency*, diakses dalam <https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2013/html/sp130215.en.html> (06/06/2024, 10:58 WIB)
- European Parliament, *Outcome of the 2022 G20 Summit in Bali, Indonesia*, diakses dalam [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/739263/EPRS_BRI\(2022\)739263_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/739263/EPRS_BRI(2022)739263_EN.pdf) (6/6/2024,13:05WIB)
- Et Online, Like a big fat Indian wedding: How India has prepared for G20 mega meet, *The Economic Times*, diakses dalam <https://economictimes.indiatimes.com/news/india/like-a-big-fat-indian-wedding-how-india-has-prepared-for-g20-mega-meet/articleshow/103464849.cms?from=mdr> (25/6/2024,14:41 WIB)
- G20 India. "India's G20 Presidency Coffee Table." Last modified 2023. https://www.g20.in/ebook/G20_Coffee_Table/index.html.

G20, *Sekilas*. G20Pedia. G20 Indonesia 2022. Edisi Januari 2022. Di akses dari <https://www.indonesia.go.id/g20/kategori/g20/4177/g20pedia>

Goyal, Grishma. “Analysing India’s Export Potential with G-20 Countries” (n.d.).

Government of India. *Overview of G20*. Ministry of Earth Sciences https://moes.gov.in/g20-india-2023/moes-g20?language_content_entity=en (26/6/2024.14.44)

Hao, Andy W., Justin Paul, Sangeeta Trott, Chiquan Guo, and Heng Hui Wu. “Two Decades of Research on Nation Branding: A Review and Future Research Agenda.” *International Marketing Review* 38, no. 1 (2021): 46–69.

Indonesia, Bank. *Presidensi G20 Indonesia 2022*. diakses dalam <https://www.bi.go.id/id/g20/default.aspx> (28/10/2023.15.33 WIB)

INDIA, G20 2023. “2023 G20 Sustainable Finance Report Volume 1” (2023): 1–36.

INDIAN INSTITUTE OF TOURISM AND TRAVEL MANAGEMENT. “Evaluation of Social Awareness Campaign for Good Behaviour towards Tourists INDIAN INSTITUTE OF TOURISM AND TRAVEL MANAGEMENT” (n.d.).

Jaishankar, S. “A G20 Of Jan Bhagidari.” *Times of India*, 2023. <https://timesofindia.indiatimes.com/india/a-g20-of-jan-bhagidari/articleshow/103440449.cms?from=mdr>.

Jaldi, By Abdessalam, Achouak Lafhal, and Alexis Cudey. “The Indian Presidency of the G20 : India at the Helm of Global Governance The Indian Presidency of the G20 : India at the Helm of Global Governance” (1999).

Kaasinen, Kalle. “Nation Branding to Attract Foreign Direct Investments to the Renewable Energy Sector” (n.d.).

Khanna, Ajay. “Advancing India’s Goal to Double the Economy by 2030 Read More at: [https://EconomicTimes.Indiatimes.Com/News/Economy/Policy/Advancing-Indias-Goal-to-Double-the-Economy-by-2030/Articleshow/114618398.Cms?Utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=contentofinterest](https://EconomicTimes.Indiatimes.Com/News/Economy/Policy/Advancing-Indias-Goal-to-Double-the-Economy-by-2030/Articleshow/114618398.Cms?Utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=contentofinterest&utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=contentofinterest).” *Economic Times*.

Lahrech, Abdelmounaim, Sami Zaki Alabdulwahab, and Safaâ Bouayach. “Nation Branding and How It Is Related To Foreign Direct Investment Inflows.” *International Journal of Economics and Financial Issues* 10, no. 2 (2020): 248–255.

Luis, Fransisco. *et. al.*, “Metode Kualitatif”,

Mahmudy Mahdi, *Setahun Krisis Asia: Beberapa Pelajaran Yang Dapat Diambil Dari Krisis Tersebut*, Journal Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan, Vol, 1, No, 2 (2003), Jakarta: Bank Indonesia, hal. 195.

Mateen, Zoya. “Delhi G20: How India Is Asserting Its Global Presence at G20 Summit.” *BBC News*. Last modified 2023. <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-66682770>.

Ministry of Commerce and Industry. *India Export Import Report 2021-2023*, 2023. <https://pib.gov.in/PresasReleaseIframePage.aspx?PRID=1916220>.

———. *Statistics of Estimates Export Import Commodities 2023*, n.d. ov.in/WriteReadData/specificdocs/documents/2023/apr/doc202341.

Ministry of Culture. “Memorandum of Understanding: Ministry of Culture and National Gallery of Modern Art.”

Ministry of External Affairs. “G20 New Delhi Leaders’ Declaration,” n.d.

Ministry of Finance. *G20 Webinar*, n.d. <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1975183>.

Ministry of Information and Broadcasting. *G20 Series #33: India G20 Presidency*, 2023. <https://static.pib.gov.in/WriteReadData/specificdocs/documents/2023/apr/doc2023413180501.pdf>.

Ministry of Earth Sciences, *Overview of G20*, Government of India, Di akses dalam https://moes.gov.in/g20-india-2023/moes-g20?language_content_entity=en (31/5/2024.01.32 WIB)

Ministry of External Affairs, Government of India. *About G20*. Di akses dari <https://www.g20.in/pt/about-g20/about-g20.html#how-g20-works> (25/6/2024.17.49 WIB)

Ministry of Foreign Affairs, *The G20 Seoul Summit, Policy information, Ministry of foreign Affairs Republic of Korea*, Di akses dalam https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_5470/contents.do (06/06/2024,10:39 WIB)

Ministry of Foreign Affairs. *The G20 Seoul Summit*. Policy Information. Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea. Di akses dari

https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_5470/contents.do
(6/6/2024.12.53 WIB)

Ministry of Foreign Affairs of Japan, *G20 Saint-Petersburg Summit September 5-6 2013*, diakses dari https://www.mofa.go.jp/policy/economy/page2e_000008.html (06/06/2024.10:39 WIB)

Ministry of Foreign Affairs of Japan. *G20 Osaka Summit (Summary of Outcome)*. Di akses dari https://www.mofa.go.jp/policy/economy/g20_summit/osaka19/en/overview/ (6/6/2024.12.27 WIB)

Ministry of Information & Broadcasting Government of India. *India's G20 Presidency*. Di akses dari <https://static.pib.gov.in/WriteReadData/specificdocs/documents/2023/sep/doc2023925255601.pdf> (25/6/2024,17:22 WIB)

Mike Callaghan, *et.al.*, *Think20 2014: Progress Report on Australia's G20 Presidency*, diakses dalam <https://www.lowyinstitute.org/publications/think20-2014-progress-report-australia-s-g20-presidency> (06/06/2024,11:16 WIB)

Ministry of External Affairs, *Kabinet Menyetujui Persiapan India Untuk Presidensi G20 dan Pembentukan Serta Penempatan Staf Sekretariat G20*, diakses dalam <https://www.mea.gov.in/press-releases.htm?dtl/34866/Cabinet+approves+preparations+for+Indias+G20+Presidency+and+setting+up+and+staffing+of+the+G20+Secretariat> (25/6/2024,12:32 WIB)

Modi, Narendra. "PM Addresses G20 Trade and Investment Ministers' Meeting." *PM INDIA*. Last modified 2023. https://www.pmindia.gov.in/en/news_updates/pm-addresses-g20-trade-and-investment-ministers-meeting/.

Mumbai, PIB. *G-20 and India's Presidency*. Ministry of External Affairs diakses dalam <https://pib.gov.in/PressReleaseIframePage.aspx?PRID=1882356> (25/6/2024.13.03 WIB)

Numbers, International Tourist, and Unwto Reports. "UNWTO and G20 Launch Dashboard to Support Tourism in Advancing the SDGs," no. May (2023): 0–3.

of Tourism, Ministry. "Government of India, Ministry of Tourism." *Www.Hotelassociationofindia.Com*, no. 30268539001 (2020): 2–4. <http://tourism.gov.in/%0Afile:///E:/paper/Paper%0A4%0Apanel%0Adata/r>

efrences/Government%0Aof%0AIndia,%0AMinistry%0Aof%0ATourism.
html

OECD, *Cannes, Prancis 2011*, Di akses dalam
<https://www.oecd.org/g20/summits/cannes/> (06/06/2024,10:17
WIB)

Office, Sherpa. *Washington DC. Unites States 2008*. The OECD.
<https://www.oecd.org/g20/summits/washington-dc/> (5/6/2024.13.36 WIB)

Papadopoulos, Nicolas, Leila Hamzaoui-Essoussi, and Alia El Banna. "Nation Branding for Foreign Direct Investment: An Integrative Review and Directions for Research and Strategy." *Journal of Product and Brand Management* 25, no. 7 (2016): 615–628.

PIB Delhi. "Joint Statement of the 6th India-Canada Ministerial Dialogue on Trade & Investment." *Ministry of Commerce & Industry*.

PHD Chamber of Commerce and Industry, India's increased economic cooperation with G20 will scale up merchandise exports to USD 500 billion by 2030:PHD Chamber, <https://www.phdcci.in/2022/12/14/indias-increased-economic-cooperation-with-g20-will-scale-up-merchandise-exports-to-usd-500-billion-by-2030-phd-chamber/> (12/8/2024,12:01 WIB)

Primasasti Agnia. *Mengenal Sejarah KTT G20*, Pemerintah Kota Surakarta, diakses dalam <https://surakarta.go.id/?p=23322> (01/6/2024.19.32 WIB)

PTI, PDHCCI identifies 75 potential products, markets to take exports to \$750 bn by 2027, <https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/foreign-trade/phdcci-identifies-75-potential-products-markets-to-take-exports-to-750-bn-by-2027/articleshow/86134728.cms> (12/8/2024, 13:03 WIB)

Rahayu, Sri, Arianti, Reni. *Persepsi National Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor ke Jepang dan Australia*, Jurnal Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan. Vol. 8. No. 2 (2014). Depok: Universitas Indonesia.

Reznik, Sergey V., Olga V. Dekhnich, Sergey A. Kutomanov, Maksim A. Maidansky, and Yana S. Filatova. "'Ahimsa' Principle in the Religious and Cultural Practices of Ancient and Contemporary India." *Humanities and Social Sciences Reviews* 7, no. 5 (2019): 830–834.

Ricart, Raquel. "G20 Summit, India and the Technological Edge." *Real Instituto Elcano Royal Institute*.

- RI, Kemenko. *Suguhkan Festival Kebudayaan Rhapsody of the Archipelago. Presidensi G20 Indonesia Kenalkan Keanekaragaman Budaya Indonesia Kepada Dunia.* diakses dalam <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4481/suguhkan-festival-kebudayaan-rhapsody-of-the-archipelago-presidensi-g20-indonesia-kenalkan-keanekaragaman-budaya-indonesia-kepada-dunia> (29/10/2023.17.18 WIB)
- Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs. *G20.* Di akses dari <https://www.mfa.gov.tr/g-20-en.en.mfa> (06/06/2024.11.20 WIB)
- Saiyed, Kamil, and Arijana Karcic. "Indian G20 Presidency: Aligning Global Capital Flows with Sustainable Development." *UNDP*, 2024.
- Sari, Silvy Deasy, and Phoebe Romauli. "Wonderful Indonesia": The Strategy of Indonesia Nation Branding on Tourism Recovery during the Covid-19 Pandemic" (n.d.).
- Setiadi, Agnes. *Analisis Isi Implementasi Elemen Competitive Identity pada Nation Branding "Imagine Your Korea" di Facebook.* Jurnal E-Komunikasi. Vol. 5. No. 1 (2017). Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Simanjuntak, Triesanto. *Efektivitas Nation Branding: wonderful Indonesia" Sebagai Sebuah Strategi Dalam Hubungan Diplomasi Pemerintah Indonesia Tahun 2011-2018.* Jurnal Cakrawala. Vol. 8. No. 1 (2020).
- Singh Manoj, *The 2007-2008 Financial Crisis in Review, Investopedia,* <https://www.investopedia.com/articles/economics/09/financial-crisis-review.asp> (05/06/2024.12.52 WIB)
- Skipper, Samuel. "Chapter 4 Nation Branding : Country Specific Evaluation." *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.* 8, no. 3 (2010): 39–49.
- Srinivas, V. *G20 2023 The Roadmap to Indian Presidency.* Indian Council of World Affairs. Di akses dari <http://www.ncgg.org.in/sites/default/files/lectures-document/G202023.pdf>, hal. 24 (25/6/2024.13.40 WIB)
- Sugi, Steffi dan Astia Putri. *Pengaruh Nation Branding "Pesona Indonesia" Terhadap Preferensi Tujuan Wisata Masyarakat Kota Bandung.* Jurnal Akuntansi Maranatha. Vol. 11. No. 1 (2019). Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Sugi, Steffi Priani, and Astia Putri. "Pengaruh Nation Branding 'Pesona Indonesia' Terhadap Preferensi Tujuan Wisata Masyarakat Kota Bandung." *Jurnal Akuntansi Maranatha* 11, no. 1 (2019): 61–76.

Summit, Scaling A New. "INDIA & The WORLD India ' s G20 Journey Scaling A New Summit" 5, no. 8 (n.d.).

The Federal Government. *G20 Summit in Buenos Aires*. Di akses dari <https://www.bundesregierung.de/breg-en/service/archive/key-results-1557392> (6/6/2024.12.10 WIB)

Tourism Department Government of Mizoram. Impact of India's G20 Presidency on Tourism in Mizoram. <https://tourism.mizoram.gov.in/post/impact-of-indias-g20-presidency-on-tourism-in-mizoram> (12/8/2024. 14.24 WIB)

Tourism Departemen Government of Mizoram. "Tourist Arrival Data." Last modified 2023. <https://tourism.mizoram.gov.in/page/tourist-arrival-data>.

Tourism Ministerial. "G20 Tourism Ministerial Meeting Outcome Document and Chair's Summary," no. June (2023).

Tourism, Ministry of. *Summary of Activities for Month of January 2023*, 2023.

UNESCO. *Culture in the G20 Under the Presidency of Saudi Arabia*. Di akses dari <https://www.unesco.org/en/sustainable-development/culture/g20/saudi-arabia> (6/6/2024.12.41 WIB)

U.S Department of State. *The Pittsburgh Summit: Key Accomplishments*. United State of America. Di akses dari <https://2009-2017.state.gov/e/eb/ecosum/pittsburgh2009/resources/165061.htm> (26/6/2024.17.35 WIB)

V. Srinivas. *G20 2023 The Roadmap to Indian Presidency*. Indian Council of World Affairs. Di akses dari <http://www.ncgg.org.in/sites/default/files/lectures-document/G202023.pdf> Hal. 24 (25/6/2024.13.40 WIB)

Vegheș, Călin. "Cultural Heritage and Nation Branding: A Marketing Driver for Sustainable Development." *European Journal of Sustainable Development* 11, no. 1 (2022): 42.

Yamin, Muhammad, and Ade Kristiawan. "Implementasi Konsep Nation Branding Anholt Dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta-Palembang 2018." *Indonesian Journal of International Relations* 4 (2020).

Yee, Fan. "Nation Brand: What is being Branded?", *Journal of Vacation Marketing*. Vol. 12. No. 1 (2006).

Luis Fransisco dan Moncayo Gil. "Metode Penelitian Kualitatif" (n.d.).

Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif". Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah 17. no. 33 (2019): 81.

"G20 Model Meeting" Concludes Successfully in New Delhi Youth Delegates Adopt "Guiding Principles for Youth-Led Mission LiFE." New Delhi, 2023.

G20 University Connect. New Delhi, n.d.
<https://www.thestudentroom.co.uk/connect>.
India's Presidency G20 Report, n.d.

"Jan Bhagidari Events on G20 Awareness," n.d.
<https://www.sdiithubaneswar.co.in/sdi/sdi-event-details/V2VWcXA1b0JDMEZXaU12aVdJbmtKdz09>.

Model G20 Meeting, 2023. <https://www.g20.in/de/media-resources/press-releases/february-23/mgm.html>.

"MoT G20 Brochure Rann of Kutch." Ministry of Tourism.

"Voice of Global South Summit 2023." Ministry of External Affairs.
<https://www.mea.gov.in/voice-of-global-summit.htm>.

Skripsi, Tesis dan Disertasi:

Afriza, Nabilah. 2021. *Strategi Nation Branding India Melalui Program "Make In India" Sebagai Upaya Menjadikan India Pusat Manufaktur Dunia*. Palembang: Hubungan Internasional. Universitas Sriwijaya Indralaya.

Ismutarto, Yeniar. 2018. *Strategi Nation Branding India Melalui Kampanye "Incredible India Untuk Membangun Citra India Sebagai Destinasi Wisata Berbagai Musim Tahun 2002-2016*. Malang: Hubungan Internasional. Universitas Brawijaya.

Khausar, Miftahul. 2020. *Strategi Nation Branding Indonesia Melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018*. Skripsi. Jakarta: Hubungan Internasional. Universitas Muhammadiyah Malang.

Khausar, Miftahul. *Strategi Nation Branding Indonesia Melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018*. Skripsi. Jakarta: Hubungan Internasional. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Raisya, Bintang Sulaiman. *Diplomasi Indonesia dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Pasca Covid-19 Melalui Presidensi Group of Twenty Tahun 2022*. Skripsi. Jakarta: Hubungan Internasional. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Aditya Fakhri Daffa. M. *Upaya Nation Branding Indonesia Melalui Presidensi G20 Terhadap Pemulihan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Provinsi Bali*

Akibat Pandemi Covid-19. Skripsi. Malang: Hubungan Internasional. Universitas Sriwijaya.

Salsabila Fitria, *Hambatan Gastrodiplomasi Indonesia Dalam Upaya Indonesia Meningkatkan Nation Branding di Australia Tahun 2018-2022*. Skripsi. Lampung: Hubungan Internasional. Universitas Lampung.





UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

HUBUNGAN INTERNASIONAL
hi.umm.ac.id | hi@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: E.5.a/025/Hi/FISIP-UMM/II/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Risqi Achmad Tantowi
NIM : 202010360311172
Judul Skripsi : *Upaya Nation Branding India Pada Masa Presideni G20 Tahun 2023*
Dosen Pembimbing : 1. Devita Prinanda, M. Hub. Int.

telah melakukan cek plagiasi pada naskah Skripsi sebagaimana judul di atas, dengan hasil sebagai berikut:

**) Similarity maksimal 15% untuk setiap Bab.*

	Bab 1	Bab 2	Bab 3	Bab 4
	15%	15%	15%	15%
Similarity	13%	10%	2%	3%

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai syarat pengurusan bebas tanggungan di UPT. Perpustakaan UMM.

Malang, 5 Februari 2025

 Prof. Devita Yumitna, M.A., Ph.D.



Kampus I
 J. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
 P. +62 341 911 203 (Pusat)
 F. +62 341 492 435

Kampus II
 J. Bendungan Satrio No. 188 Malang, Jawa Timur
 P. +62 341 921 148 (Pusat)
 F. +62 341 582 080

Kampus III
 J. Raya Tugu No. 248 Malang, Jawa Timur
 P. +62 341 882 318 (Pusat)
 F. +62 341 492 435
 E. web@umm.ac.id