

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menempati urutan keempat sebagai negara terpadat di dunia. Indonesia memiliki penduduk mencapai 285 juta jiwa (Population Today 2025). Konsentrasi populasi yang tinggi di wilayah perkotaan seperti Jakarta, Medan, Bekasi, dan Bandung menimbulkan berbagai tantangan, termasuk kemacetan pada lalu lintas yang semakin parah. Salah satu penyebab utama kondisi ini adalah kecenderungan masyarakat untuk lebih mengandalkan kendaraan pribadi dibandingkan transportasi umum. Hal ini dipicu oleh kurangnya kepercayaan terhadap pelayanan dan efisiensi sistem angkutan umum yang tersedia. Kemacetan tidak hanya memperlambat aktivitas harian, tetapi juga memberikan dampak negatif terhadap aspek ekonomi, seperti meningkatnya biaya perjalanan serta turunnya tingkat produktivitas. Mengingat kondisi tersebut, pembangunan sistem transportasi publik yang berkelanjutan dan terintegrasi menjadi langkah penting dalam upaya mengatasi permasalahan kemacetan di kota-kota besar.

Kereta api sebagai moda transportasi massal menjadi salah satu alat atau solusi yang cukup tepat untuk mengatasi kemacetan di Indonesia. Dengan kapasitas angkut penumpang yang banyak dan kecepatan yang lebih cepat dibandingkan dengan transportasi umum darat yang lainnya, kereta api bisa menjadi alternatif untuk mengurangi jumlah kendaraan pribadi di jalan, juga meningkatkan efisiensi waktu perjalanan. Di Indonesia, pemerintah telah berusaha untuk mengembangkan

jaringan kereta api baik untuk perjalanan jarak jauh maupun dalam kota. KRL (Kereta Raya Listrik) di kawasan Jabodetabek dan pengembangan kereta cepat menjadi bagian dari upaya untuk memperbaiki sistem transportasi umum. Pemerintahan Indonesia yang dipimpin oleh Presiden Joko Widodo menunjukkan komitmen kuat dalam mendorong kemajuan serta modernisasi sistem transportasi nasional, khususnya dalam hal pengembangan transportasi massal dan infrastruktur penunjangnya. (Kementerian Perhubungan 2022).

Modernisasi sistem transportasi dilakukan melalui perancangan dan pembangunan proyek kereta cepat. Kereta cepat merupakan jenis transportasi berbasis rel yang memakai rangkaian kereta dengan kecepatan jauh melebihi kereta biasa, dengan rata-rata kecepatan di atas 200 km/jam dan masih berpotensi untuk ditingkatkan lebih lanjut. Moda ini dipandang sebagai salah satu solusi transportasi umum yang efisien dan berguna untuk mengurangi kemacetan di kota-kota besar yang ada di Indonesia. Kereta cepat pada umumnya dijalankan menggunakan tenaga listrik, yang menjadikannya lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan kendaraan bermotor yang masih mengandalkan sumber energi dari bahan bakar fosil. Teknologi kereta cepat ini telah berhasil dikembangkan di negara-negara maju seperti Jepang dengan Shinkansen yang diluncurkan pada tahun 1964, Prancis melalui TGV (*Train à Grande Vitesse*) yang mulai beroperasi pada tahun 1981, dan Tiongkok dengan CRH (*China Railway High-speed*) yang diperkenalkan pada tahun 2007. Untuk mengatasi masalah kemacetan, kepadatan lalu lintas, serta meningkatnya kebutuhan akan moda transportasi umum modern di Indonesia, dua

negara produsen kereta cepat yakni Jepang dan Tiongkok turut ambil bagian dalam pengembangan proyek ini.

Jepang dan Tiongkok turut ambil bagian dalam pengembangan proyek kereta cepat di Indonesia melalui skema investasi. Dalam hal ini, Tiongkok terlibat langsung dalam pembangunan proyek Kereta Cepat Jakarta–Bandung. Proyek tersebut termasuk dalam bagian dari inisiatif *Belt and Road Initiative* (BRI) yang bertujuan meningkatkan konektivitas di kawasan Asia dan sekitarnya. Dalam pelaksanaannya, proyek KCJB yang diinisiasi oleh Tiongkok mencakup pembangunan lintasan rel kereta cepat sepanjang 142,3 kilometer yang menghubungkan wilayah Jakarta hingga kota Bandung. Tidak beda dari Tiongkok, Jepang juga memiliki kontribusi dalam proyek kereta cepat di Indonesia yaitu dengan Pembangunan MRT (*Mass Rapid Transit*). Jepang memberikan dukungan finansial yang substansial untuk proyek MRT dalam bentuk pinjaman dan bantuan teknis yang diperlukan (Kemenhub 2024). Jepang juga berkontribusi dengan memberikan transfer teknologi dan pengetahuan kepada tenaga kerja lokal. Dalam proyek kereta cepat di Indonesia kedepannya, pemerintah masih banyak mempertimbangkan baik kelebihan maupun kekurangan dalam proyek yang ditawarkan baik Tiongkok maupun Jepang. Kelebihan dan kekurangan ini bisa dilihat melalui strategi *nation branding* yang ditunjukkan oleh masing-masing negara terkait.

Di era globalisasi ini, *nation branding* merupakan strategi penting bagi negara untuk menciptakan citra positif di kancah internasional. *Nation branding* mencakup berbagai usaha untuk meningkatkan daya tarik suatu negara melalui berbagai aspek,

termasuk budaya, ekonomi dan politik. *Nation branding* dipengaruhi oleh beberapa aspek yaitu pariwisata, masyarakat, ekspor, budaya, kebijakan luar negeri dan investasi (Anholt 2007). Dalam hal ini Tiongkok dan Jepang menggunakan proyek kereta cepat di Indonesia sebagai alat atau strategi yang efektif untuk memperkuat citra positif dari negaranya masing-masing. Persaingan antara negara Tiongkok dan negara Jepang dalam proyek kereta cepat di Indonesia tidak hanya sebatas pada aspek teknis dan finansial, tetapi juga mencakup elemen-elemen *nation branding* yang lebih luas. Tiongkok dengan pendekatan investasi yang besar dan cepat, berusaha untuk menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan iming-iming modernitas dan kemajuan. Jepang menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing mereka. Penelitian mengenai persaingan strategi *nation branding* antara Tiongkok dan Jepang dalam proyek kereta cepat di Indonesia memiliki relevansi yang tinggi untuk memahami dinamika geopolitik dan ekonomi global saat ini

1.2 Rumusan Masalah

Indonesia menghadapi tantangan kemacetan parah di kota-kota besar akibat tingginya penggunaan kendaraan pribadi, yang dipicu oleh rendahnya kepercayaan terhadap transportasi umum. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah mendorong pembangunan sistem transportasi massal yang modern dan berkelanjutan, termasuk proyek kereta cepat. Proyek Kereta Cepat Jakarta–Bandung (KCJB) menjadi simbol penting dalam transformasi transportasi nasional dan juga membuka persaingan strategis antara Tiongkok dan Jepang. Kedua negara bersaing tidak hanya dari aspek teknis dan finansial, tetapi juga dalam hal strategi *nation*

branding* guna memperkuat citra positif masing-masing di Indonesia. Tiongkok melalui inisiatif Belt and Road Initiative menawarkan skema investasi cepat dan masif, sementara Jepang menunjukkan kontribusi lewat proyek MRT dan transfer teknologi. Dalam konteks globalisasi, persaingan ini mencerminkan dinamika diplomasi ekonomi dan strategi pencitraan negara (nation branding), sehingga penting untuk dianalisis guna memahami arah kebijakan luar negeri Indonesia serta posisi geopolitiknya di tengah rivalitas dua kekuatan ekonomi Asia tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, diajukan pertanyaan penelitian. Pertanyaan yang diangkat dalam rumusan masalah ini adalah **Mengapa strategi *nation branding* Tiongkok lebih baik daripada Jepang dalam proyek kereta cepat di Indonesia tahun 2015-2024 ?**

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengungkap perbandingan strategi nation branding yang diterapkan oleh Tiongkok dan Jepang melalui proyek perkeretaapian di Indonesia, serta dampaknya terhadap persepsi masyarakat dan hubungan bilateral antara Indonesia dengan kedua negara.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan dan tujuan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis memiliki harapan bahwa hasil penelitian ini dapat

memberikan manfaat dari sisi akademik maupun dari sisi praktis. Berikut adalah manfaat yang didapat secara akademis maupun praktis

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini memiliki manfaat untuk menelaah bagaimana penerapan strategi *nation branding* oleh Tiongkok dan Jepang dalam proyek kereta cepat di Indonesia mampu memengaruhi pilihan kebijakan pemerintah negara mitra terhadap kedua negara tersebut. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui dampak dari proyek ini terhadap pengembangan infrastruktur serta peningkatan konektivitas di Indonesia. Penelitian ini pun berguna untuk menguraikan alasan di balik keputusan dari Pemerintah Indonesia dalam memilih negara Tiongkok sebagai mitra dalam proyek Kereta Cepat Jakarta–Bandung (KCJB).

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat diperoleh secara praktis dari penelitian ini adalah melalui permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi pemerintah Indonesia, sektor industri infrastruktur, serta para pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan yang lebih tepat guna menjadikan proyek kereta cepat sebagai instrumen strategis dalam memperkuat citra bangsa (*nation branding*). Penelitian ini juga menekankan pentingnya membangun kolaborasi internasional yang saling menguntungkan, khususnya antara Indonesia, Tiongkok, dan Jepang, dalam pengembangan sistem transportasi

modern. Selain itu, temuan dalam kajian ini diharapkan dapat mendorong peningkatan pemahaman masyarakat khususnya pengguna transportasi akan pentingnya pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Hal ini juga berpotensi mengubah persepsi publik terhadap peran investasi asing dalam mempercepat pembangunan nasional Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri atas lima bab, dalam setiap Bab terdapat sub-bab yang disesuaikan dengan bahasan penelitian terdiri atas:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pembahasan mengenai latar belakang, rumusan masalah atau pertanyaan utama dalam penelitian, tujuan serta manfaat dari studi ini, dan juga sistematika penulisan yang digunakan. Semua bagian tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai dinamika kompetisi strategi *nation branding* yang dilakukan oleh Tiongkok dan Jepang dalam proyek pembangunan kereta cepat di Indonesia.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tinjauan literatur, kerangka teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis atau argumen utama yang membahas mengenai strategi *nation branding* yang dijalankan oleh Tiongkok dan Jepang dalam konteks perencanaan serta pelaksanaan proyek kereta cepat di Indonesia. Selain itu, bagian ini juga akan menjelaskan metode penelitian yang digunakan untuk

menggambarkan tahapan pengumpulan data yang berkaitan dengan isu yang sedang diteliti.

BAB III KERJA SAMA INDONESIA-TIONGKOK DAN INDONESIA-JEPANG DALAM PROYEK KERETA CEPAT

Pada bab ini, penulis menguraikan secara deskriptif tentang persoalan kemacetan yang terjadi di Indonesia serta pendekatan penyelesaiannya melalui modernisasi transportasi. Topik ini kemudian dihubungkan dengan kerja sama antara Indonesia dan Tiongkok, serta Indonesia dan Jepang, dalam pelaksanaan proyek kereta cepat yang menjadi salah satu solusi atas permasalahan tersebut.

BAB IV EFEKTIVITAS STRATEGI NATION BRANDING TIONGKOK DAN JEPANG DALAM PROYEK KERETA CEPAT DI INDONESIA

Bab ini mengkaji strategi nation branding yang diterapkan oleh Tiongkok dan Jepang, baik dari perspektif investasi maupun transfer teknologi. Dalam pembahasannya, ditampilkan pula kelebihan dan kekurangan dari masing-masing strategi. Bab ini juga memuat penilaian atas keputusan dari Pemerintah Indonesia dalam menetapkan Tiongkok sebagai mitra pelaksana proyek kereta cepat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi hasil temuan baru dari penelitian yang dilakukan, disertakan pernyataan untuk menjawab rumusan masalah dan

rekomendasi yang diberikan peneliti kepada pembaca untuk dilakukan berikutnya.

