

## KONSTRUKTIVISME DALAM NATION BRANDING ESTONIA (E-ESTONIA) TAHUN 2021-2023

Nabila Amelia Yasmin<sup>1</sup>

**Abstract:** *The research entitled "Constructivism in Estonia's Nation Branding (E-Estonia) 2021-2023" aims to determine the development of Estonia's nation branding, namely E-Estonia, in 2021-2023. This research used descriptive research method with secondary data types such as books, thesis, journals, articles, and internet sources. Qualitative descriptive analysis is used to analyze the data. This research used Constructivism theory and nation branding concept. The authors finding of this research indicates that the development of the E-Estonia Briefing Center, an NGO (non-governmental organization) which operates specifically in promoting E-Estonia's nation branding, releasing a Podcast series entitled "The Art of Digitalisation", creating VaccineGuard, a digital platform for sharing Covid-19 vaccine information, launching the Digital TestBed Framework, a collaborative program to provide access to technology and digital experiences in Estonia for start-up companies working in the technology sector and technology experts in the government sector, and creating Artificial Intelligence-based health services ( AI) namely Andmevaatur as forms of Estonia's efforts in developing the E-Estonia brand in 2021-2023 .*

**Keywords:** *E-Estonia, Constructivism, Nation Branding*

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat akibat globalisasi menuntut seluruh negara untuk segera beradaptasi dan bertindak mengimbangi perkembangan kedua hal tersebut. Menanggapi itu, seluruh negara perlu mengembangkan potensi yang dimiliki dengan memanfaatkan sarana teknologi dan informasi yang maju di era digital yang semakin maju seiring zaman. Dengan pengembangan potensi tersebut, negara dapat mempromosikan dan menaikkan citra serta reputasinya sehingga dapat memikat wisatawan maupun investor asing serta menaikkan tingkat ekspor.

Estonia secara resminya Republik Estonia adalah negara yang terletak di Timur Laut Eropa dan di tepi laut Baltik. Negara ini berbatasan dengan Teluk Finlandia di sebelah Utara, di Barat dengan laut Swedia, di Selatan dengan Latvia, dan di Timur dengan Danau Peipus dan Rusia. Dengan luas 45.000 km<sup>2</sup>, negara ini memiliki populasi sebanyak 1,3 juta orang. Estonia merupakan salah satu negara yang maju dalam bidang teknologi. Dengan perkembangan teknologi yang tergolong cepat, Estonia berhasil mengembangkan *E-governance* yang kemudian menjadi branding yang melekat pada negara tersebut yaitu **E-Estonia**.

Dengan terbentuknya *E-governance*, Estonia pun menjadi negara pertama yang menyediakan jasa-jasa publik secara online dan dimulai pada tahun 2002, Estonia mulai meluncurkan *ID Card digital* untuk pertama kalinya sebagai media untuk transaksi online. Hal tersebut menjadi langkah awal Estonia dalam proses menuju

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. E-mail : nabilamelyas13@gmail.com.

kepemerintahan secara digital yang disusul dengan *I-Voting*, *e-Health*, *e-Prescription* dan masih banyak lagi. Perkembangan layanan-layanan digital tersebut menunjukkan sebuah perubahan yang signifikan yang terjadi di Estonia khususnya terhadap masyarakatnya yang dimana mereka secara perlahan menerima dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang pada awalnya digagaskan oleh pemerintah Estonia. Hal tersebut berkaitan dengan teori konstruktivisme bahwa relasi antar struktur dan aktor memiliki peran penting yang dimana perkembangan teknologi mempengaruhi struktur sosial yang terjadi di Estonia sehingga memicu perubahan perilaku aktor yaitu masyarakat Estonia khususnya para tokoh pemerintahan Estonia dalam menciptakan suatu gebrakan inovasi yang dapat memajukan negaranya.

Hal ini kemudian didukung dengan perkembangan *brand* E-Estonia yang tergolong pesat dimulai pada tahun 2021 yang ditandai dengan kenaikan ranking *Nation Brand*.

**Tabel 1.1 Perkembangan Ranking *Nation Brand* E-Estonia**

Tahun	Ranking Nation Brand
2020	82
2021	75
2022	75
2023	76

Sumber: Brand Finance

Selama tahun 2021-2023, seluruh negara mengalami masa pemulihan pasca pandemi Covid-19 yang dimana segala urusan administrasi sosial dan publik mulai beralih secara digital. Berkaitan dengan kondisi tersebut, Estonia mulai mengunjukkan diri bahwa Estonia sudah sepenuhnya siap dalam mengaplikasikan pemerintahan berbasis digital. Di samping itu, Estonia juga semakin membangun citra dan reputasinya dengan *branding* “E-Estonia” yang mengalami peningkatan dimulai pada tahun 2021 dan ini memicu pemerintah Estonia untuk semakin mengembangkan *Nation Branding* tersebut agar semakin dikenal sebagai negara digital yang maju di kancah internasional.

## Kerangka Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori konstruktivisme dan konsep *Nation Branding* sebagai landasan untuk pembaca dalam memandang perkembangan *Nation Branding* Estonia yaitu E-Estonia pada tahun 2021-2023.

### Teori Konstruktivisme

Konstruktivisme menjadi salah satu paradigma yang mulai berkembang dalam studi Hubungan Internasional setelah berakhirnya Perang Dingin. Konstruktivisme membuka studi hubungan internasional untuk bidang-bidang penelitian *low politics* yang baru seperti peran gender dan etnisitas serta kembali berfokus pada sifat negara, konsep kedaulatan dan kewarganegaraan.

Menyangkut tentang konstruktivisme, akademisi hubungan internasional mengatakan sebagai berikut:

Konstruktivisme dipandang sebagai alternatif perspektif yang digunakan dalam memandang Hubungan Internasional serta merupakan paradigma yang menekankan pada karakter dari identitas dan kepentingan aktor dalam HI yang *socially constructed*, serta pada keyakinan mereka bahwa perubahan sangat mungkin terjadi bahkan pada hal yang sebelumnya dianggap tidak mungkin berubah (Sudiar, 2018: 94).

Dunia sosial sendiri dikonstruksikan oleh manusia (para aktor) berdasarkan variabel-variabel tersebut sehingga tidak bersifat *given*. Dunia sosial dibentuk oleh para aktor pada suatu waktu ataupun tempat tertentu sehingga dunia sosial itu sendiri tidak bersifat tetap melainkan dapat berubah menyesuaikan pemahaman bersama dari para aktor.

Dan juga terdapat 4 asumsi konstruktivisme menurut Joseph Grieco (et al) (Grieco 2015: 93):

a. Kepentingan individu, kelompok atau negara tidak ada begitu saja namun terbentuk melalui identitas.

b. Identitas tidak bersifat kekal dan melekat melainkan dapat terus dikembangkan.

c. Individu elit politik dalam masyarakat ataupun negara adalah aktor yang penting. Gagasan dan identitas yang dimiliki elit politik tersebut cenderung membentuk perilaku masyarakat dan negara yang mereka pimpin.

d. Komunikasi berperan penting dalam pembentukan dan perubahan identitas. Melalui komunikasi dan jaringan, maka pandangan kolektif dapat terbentuk dan disesuaikan dengan kepentingan yang ingin dicapai. Seluruh interaksi, proses, jaringan, dan komunikasi yang dilakukan oleh para aktor individu secara tidak langsung berperan dalam pembentukan identitas masyarakat dan negara.

Berdasarkan kedua asumsi tersebut, struktur berperan penting dalam menjelaskan perilaku aktor sosial dan aktor sosial sendiri terbentuk dari identitas yang muncul melalui struktur sosial yang tidak bersifat bawaan dan dapat berubah sewaktu-waktu. Apapun yang dipikirkan dan diyakini oleh para aktor maka akan mempengaruhi pembentukan pemahaman negara dan merespon kondisi di sekitarnya sehingga dapat menentukan identitas dan kepentingannya.

Teori konstruktivisme ini membantu peneliti dalam melihat bagaimana Estonia memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai pendorong perubahan struktur sosial di Estonia sehingga menghasilkan *branding* E-Estonia untuk meningkatkan citra Estonia sebagai negara berbasis teknologi yang kian terus maju seiring tahun.

### **Konsep Nation Branding**

*Nation Branding* menjadi salah satu strategi yang digunakan oleh suatu negara untuk meningkatkan kredibilitasnya, menarik investasi, memikat wisatawan asing serta membangun negara agar citra serta reputasi yang baik dan positif negara terkait dapat terbentuk. Untuk mewujudkan *brand* yang dapat menimbulkan aksi dan reaksi yang positif, maka *brand* yang dibentuk harus konsisten, mudah diingat, dan menggambarkan karakteristik negara terkait secara menyeluruh. Keith Dinnie memaparkan beberapa prinsip dasar strategi bagi suatu negara untuk membentuk *Nation Brand* yang baik (Dinnie 2015: 221-229):

- a. *Nation Brand Advertising*
- b. *Public Relations*
- c. *Online Branding, Social Media and Mobile Applications*
- d. *Customer and Citizen Relationship Management*
- e. *Nation Brand Ambassador*
- f. *Internal Brand Management*
- g. *Diaspora Mobilization*
- h. *Nation Days*
- i. *The Naming of Nation Brands*
- j. *Performance Measurements*
- k. *Institution Involved in Nation Branding*

Dalam penelitian ini, Estonia dalam mempromosikan *nation brand* E-Estonia menggunakan prinsip *Customer and Citizen Relationship Management*, *Internal Brand Management*, dan *Institution Involved in Nation Branding*.

### **Metode**

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini meliputi:

- a. Jenis Penelitian: Deskriptif, yaitu dengan menjelaskan perkembangan *Nation Branding Estonia* (E-Estonia) pada tahun 2021-2023.
- b. Jenis Data: Data-data Sekunder, berupa literatur-literatur dalam bentuk buku, jurnal, skripsi, website resmi, serta artikel-artikel yang dipublikasikan di internet yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.
- c. Teknik pengumpulan data: Studi kepustakaan/*library research*, yaitu dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan topik yang diteliti.
- d. Teknik analisis data: Deskriptif analitis/*descriptive analysis*, yaitu mengumpulkan, menganalisis, serta menyajikan data secara deskriptif.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### ***Nation Branding* E-Estonia Tahun 2021-2023**

Gagasan E-Estonia yang mulai berkembang dari tahun 1998 ini terus mengikuti kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Beberapa upaya pun dilakukan oleh pemerintah Estonia dalam meningkatkan citra negara digital yang dimiliki agar dapat menjangkau skala internasional dan membuka peluang kerjasama khususnya di bidang

teknologi dan pengembangan pemerintah berbasis digital. Adapun berbagai upaya telah dilakukan oleh Estonia dalam kurun tahun 2021 hingga tahun 2023 untuk mengembangkan *nation brand* E-Estonia dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip dasar strategi *nation branding* Keith Dinnie.

1. Upaya yang pertama yaitu implementasi *Customer and Citizen Relationship Management*. Pembuatan website khusus yang disesuaikan dengan bidangnya masing-masing dan berakar dari website *brand* Estonia menjadi media penghubung yang dibuat khusus oleh pemerintah Estonia yang berbasis *E-governance* kepada masyarakat Estonia maupun masyarakat internasional. Salah satu website yang menonjol adalah website khusus E-Estonia yang dimana dengan adanya website tersebut, upaya untuk mengembangkan citra Estonia sebagai negara digital semakin tersampaikan dengan optimal. Dalam website E-Estonia tersebut terdapat informasi-informasi mengenai perkembangan negara berbasis digital Estonia, menyajikan wawasan tentang cara membangun negara berbasis digital, dan tersedia juga layanan untuk berkonsultasi langsung dengan perusahaan-perusahaan Estonia di bidang teknologi. Dengan begitu, masyarakat internasional termasuk pemangku negara, ahli teknologi dan informasi, serta pejabat pemerintahan dari negara lain dapat berkomunikasi dan menunjukkan minatnya untuk memajukan digitalisasi negaranya seperti Estonia.

Selain itu dimulai pada tahun 2021, sebuah podcast series yang bertajuk “*The Art of Digitalisation*” dirilis didasarkan atas ide dari Penasihat Transformasi Digital Estonia, Florian Marcus. Dalam setiap episodenya, pakar-pakar digitalisasi dari Estonia dan dari negara-negara lainnya membagikan saran keahliannya tentang perubahan pemerintahan, bisnis, dan sebagainya dengan memanfaatkan inovasi-inovasi digital. Podcast “*The Art of Digitalisation*” dapat didengar melalui media Buzzsprout, aplikasi Apple Podcast dan Spotify ataupun melalui website E-Estonia.

2. Upaya yang kedua yaitu implementasi *Internal Brand Management* untuk meningkatkan citra Estonia sebagai negara digital. Berkaitan dengan pengelolaan citra secara internal agar masyarakat Estonia dapat dipandang sebagai masyarakat digital yang mampu beradaptasi sesuai perkembangan teknologi maka pada tahun 2021 dibentuk AIRE (*AI & Robotics Estonia*). AIRE merupakan pusat teknologi yang menyatukan akademisi universitas Estonia di bidang teknologi, asosiasi-asosiasi profesional di bidang teknologi serta perusahaan bisnis yang bergerak di bidang teknologi untuk membangun demonstrasi proyek untuk pembuatan robot dan pengembangan AI (*Artificial Intelligence*) dalam upaya menuju transformasi digital. Dengan begitu, AIRE dapat membantu pengembangan UKM (Usaha Kecil Menengah) dan pelayanan kesehatan Estonia agar dapat berbasis digital dengan cepat. Pada tahun 2021, AIRE mengembangkan pelayanan kesehatan berbasis AI yaitu Andmevaatur (*Data Viewer*) bersama dengan Pusat Sistem Informasi Kesehatan dan Kesejahteraan Estonia. Dengan adanya Andmevaatur, maka dokter dapat melihat secara langsung gambaran umum kondisi kesehatan pasien yang tersajikan dalam data diagnosis, analisis, pemeriksaan, pembedahan, imunisasi, dan resiko-resiko kesehatan lainnya.

Kemudian di tahun yang sama, pemerintah Estonia bersama dengan perusahaan teknologi Guardtime dari Estonia serta bekerjasama dengan WHO meluncurkan VaccineGuard, paspor vaksin berbasis digital dengan jaminan sertifikasinya yang aman. Sertifikat vaksinasi VaccineGuard diterbitkan melalui portal pasien nasional Estonia yaitu digilugu sehingga dapat diunduh oleh masyarakat Estonia secara langsung melalui

handphone. Kode QR yang tertera dalam sertifikasi tersebut dapat diautentikasi langsung ketika dipindai sebagai warga Estonia dan memudahkan mereka jika akan pergi ke luar negeri. Selain itu, pemerintah Estonia juga meluncurkan sebuah model kolaborasi inovatif yang bernama Digital Testbed Framework. Kolaborasi ini ditujukan kepada perusahaan-perusahaan *start-up*, *scale-up*, dan inovator govtech di seluruh dunia agar mampu membangun layanan digitalnya sendiri. Lingkup tema yang ditawarkan tidak terbatas dan dapat memberikan nilai tambah bagi Estonia baik berupa solusi teknologi untuk pemerintah Estonia maupun yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3. Upaya yang ketiga yaitu implementasi *Institution involved in Nation Branding* dengan dibentuknya E-Estonia Briefing Center, sebuah NGO (Organisasi non-pemerintah) yang dibentuk pada tahun 2009 dan bergerak khusus dalam mempromosikan nation branding E-Estonia. E-Estonia Briefing Center secara langsung bekerja sama dengan pemerintah Estonia dalam penentuan strategi promosi nation branding E-Estonia. E-Estonia Briefing Center menyajikan konsep E-Estonia dan pembelajaran serta tantangan yang dihadapi dalam proses digitalisasi. Selain itu, E-Estonia Briefing Center juga menjadi narasumber utama bagi para pemimpin politik global, sektor publik maupun swasta, investor serta media internasional jika ingin mengetahui lebih lanjut tentang E-Estonia. Sebagai narasumber utama, perwakilan-perwakilan dari E-Estonia Briefing Center juga berperan aktif sebagai moderator panel dalam diskusi untuk membagikan wawasan mengenai E-Estonia baik sebagai tuan rumah maupun sebagai narasumber tamu dalam event-event maupun forum internasional.

### **Citra Estonia Sebagai Negara Digital (E-Estonia) Tahun 2021-2023**

Dengan merebaknya pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 menyebabkan semakin dibutuhkannya peningkatan layanan publik digital. Estonia sendiri terus mengembangkan layanan publiknya agar sejalan dengan perkembangan teknologi agar citra Estonia sebagai negara digital semakin meningkat. Melalui digitalisasi pelayanan publiknya, Estonia berhasil mempertahankan peringkat pertama dari tahun 2021 hingga tahun 2022 terkait pelayanan publik digital di tingkat negara-negara Uni Eropa.

**Gambar 1: Performa Pelayanan Publik Digital Estonia Tahun 2021**



Sumber: Digital Economy and Society Index Estonia Report 2021

**Gambar 2: Performa Pelayanan Publik Digital Estonia Tahun 2022**



Sumber: Digital Economy and Society Index Estonia Report 2022

Dengan citranya sebagai negara digital dengan performa pelayanan publik yang mumpuni, Estonia pun mampu menarik perhatian Meksiko untuk bekerjasama dalam pengembangan digitalisasi di Querétaro, sebuah negara bagian di Meksiko. Pada tahun 2022, perwakilan dari Querétaro menghubungi e-Estonia Briefing Centre untuk pengarahan dan kemudian, e-Estonia Briefing Centre mennghubungkan perwakilan tersebut ke Roksnet. Roksnet adalah perusahaan Estonia di bidang teknologi yang berperan dalam pengembangan X-Road di Estonia dipilih sebagai partner pengembangan digitalisasi Querétaro. Adapun layanan yang diberikan perusahaan tersebut mencakup penilaian tingkat kematangan oleh tim ahli, memberikan bantuan dalam menyiapkan layanan publik serta saran dalam memelihara, mengelola, dan mengarahkan ekosistem digital baru. Roksnet yang kemudian membantu mengarahkan Querétaro dalam aspek X-Road dan e-Identity.

### **Konstruktivisme dalam *Nation Branding* Estonia (E-Estonia)**

Upaya menuju pembentukan *branding* Estonia sebagai negara digital melalui proses yang transformatif dan cukup panjang. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi serta lajunya arus informasi dan globalisasi, Estonia berupaya untuk menyesuaikan dan bahkan tergolong sebagai negara yang mampu beradaptasi dengan teknologi secara cepat. Setelah meraih kemerdekaannya dan melepaskan diri dari federasi Uni Soviet pada tahun 1991, Estonia berniat untuk mengubah identitas negaranya yang merupakan negara bekas Uni Soviet.

Saat masih berada dalam kekuasaan Uni Soviet, Estonia adalah negara yang berada dalam pengawasan ketat dari Rusia dimana rezim komunisme Rusia sangat dirasakan oleh rakyat Estonia pada saat itu. Dari masa pendudukan Uni Soviet, Estonia menolak untuk mengakui sebagai salah satu negara bagian Uni Soviet. Estonia mulai menanamkan keyakinan bahwa Estonia adalah negara yang sudah lama menjadi bagian dari Eropa. Hal tersebut berakar dari klaim sejarah bahwa masyarakat Estonia adalah masyarakat adat Eropa yang menetap di pesisir tenggara Laut Baltik. Klaim tersebut kemudian menjadi bagian dari citra Estonia oleh Lennart Meri, mantan Presiden Estonia periode 1929-2006.

Oleh karena itu, pada dekade pertama semenjak kemerdekaan Estonia, tokoh-tokoh politik dan cendekiawan Estonia pun menggambarkan Estonia sebagai salah satu negara yang tergabung dalam peradaban barat. Pada saat itu, teknologi digital melambungkan semangat liberal Estonia. Menyangkut hal tersebut, Estonia tergerak untuk membangun lingkungan masyarakat modern dan berusaha mendekati diri ke negara-negara Barat dengan memprioritaskan digitalisasi Estonia beserta masyarakatnya. Dorongan tersebut dimulai pada tahun 1990-an bersamaan dengan mulai berkembangnya internet. Hasilnya pada tahun 1998, Parlemen Estonia menghasilkan Prinsip Kebijakan Informasi yang mendorong pembentukan e-governance yang terdiri atas layanan-layanan publik digital lainnya. Dari terbentuknya Prinsip Kebijakan Informasi tersebut, Estonia berniat untuk membangun negara yang maju secara teknologi dan membangun identitas negaranya menjadi negara digital.

Pelopor utama dari transformasi digital Estonia yaitu pembentukan Program Tiigrihüpe (*Tiger's Leap*) pada tahun 1996 hingga tahun 2000 yang tidak lepas dari peran Toomas Hendrik Ilves yang pada saat itu menjabat sebagai Menteri Luar Negeri Estonia. Toomas terinspirasi dari pengalaman masa remajanya mempelajari programming komputer di sebuah Sekolah Menengah Atas di New Jersey. Program *Tiger's Leap* dibuat berdasarkan 3 pilar yaitu komputer dan internet, pelatihan untuk tenaga pengajar, dan kursus perangkat elektronik berbahasa Estonia untuk lembaga pendidikan umum. Program ini bertujuan untuk membangun jaringan infrastruktur serta membuat sekolah dalam jaringan (*online*). Program tersebut memberikan pelatihan komputer gratis kepada 102.697 peserta, atau 10% dari populasi orang dewasa serta anak-anak Estonia diajari pemrograman komputer sejak usia tujuh tahun. Anak-anak mempelajari dasar-dasar pemrograman melalui permainan logika. Dengan dimulainya program tersebut, generasi penerus Estonia sudah dibekali pengetahuan akan teknologi sehingga membuat masyarakat Estonia dapat beradaptasi secara cepat dengan kemajuan teknologi yang dimana 90% populasi Estonia sudah menggunakan internet.

Perkembangan digitalisasi Estonia yang cepat juga membuka kesempatan Estonia untuk bergabung ke barat. Hal itu kemudian direalisasikan dengan bergabungnya Estonia ke Uni Eropa dan NATO pada tahun 2004. Hal tersebut menjadi salah satu perwujudan tujuan utama kebijakan luar negeri Estonia serta melambungkan

bahwa Estonia telah kembali ke identitas etnokultural aslinya yaitu sebagai salah satu negara Eropa.

Kemudian Estonia juga mulai menyediakan layanan-layanan publik berbasis digital kepada masyarakat Estonia seperti *e-health*, *e-banking*, dan masih banyak lagi. Hal tersebut tentu semakin memudahkan masyarakat untuk mengurus administrasi dan mendapatkan layanan secara cepat. Bahkan, Estonia juga menjadi negara pertama yang sukses menyelenggarakan *I-voting*, pemilihan umum berbasis digital yang dapat diakses melalui komputer dan kemudian saat ini juga dapat diakses melalui telepon genggam. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Estonia memiliki daya adaptasi yang sangat tinggi serta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pemerintah Estonia dalam pembangunan dan perkembangan negara Estonia menjadi negara digital. Elemen-elemen pemerintah Estonia juga memiliki daya inovasi yang tinggi serta didukung oleh munculnya perusahaan-perusahaan teknologi di Estonia yang mumpuni dalam mengatur *programming* website. Dengan tersedianya sebagian besar layanan publik dalam jaringan (*online*) membuat Estonia mendapatkan branding E-Estonia dan menjadi salah satu negara yang maju secara teknologi di Eropa maupun dunia.

Pada tahun 2021 hingga tahun 2023, dalam upaya meningkatkan citra Estonia sebagai negara digital, Estonia terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi serta kondisi masyarakat modern. Menanggapi situasi pra-Covid 19, Estonia menjadi salah satu negara pembuat paspor vaksin berbasis digital yaitu VaccineGuard bersama WHO. Kemudian dengan mulai berkembangnya platform podcast yang kian digemari masyarakat modern sebagai media untuk menyampaikan pesan, Estonia membuat siaran podcast bertajuk "*The Art of Digitalisation*" sebagai salah satu upaya untuk mempromosikan perkembangan negara digital Estonia serta menunjukkan kapabilitas Estonia sebagai pelopor negara digital. Estonia juga memulai inovasi digital di bidang *Artificial Intelligence* (AI) dan pengembangan robot dengan dibentuknya AIRE (AI & Robotics in Estonia). Upaya-upaya tersebut menunjukkan bahwa identitas Estonia sebagai negara digital terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan terus beradaptasi dengan perubahan yang dapat membangun negara Estonia menjadi negara digital yang mampu menyejahterakan rakyatnya serta dapat menjadi acuan bagi negara lainnya untuk memanfaatkan serta mengembangkan sistem *e-governance*.

## Kesimpulan

Dengan performa pelayanan digital yang mumpuni, Estonia pun membangun *branding* sebagai negara digital, E-Estonia. Beberapa upaya yang dilakukan oleh Estonia untuk membuat branding negara digital E-Estonia dapat semakin dikenal oleh negara-negara lain pada tahun 2021-2023 yaitu bekerja sama dengan WHO dalam pembuatan paspor vaksin berbasis digital, VaccineGuard, membuat siaran podcast "*The Art of Digitalisation*" untuk mempromosikan perkembangan negara digital Estonia, pembentukan AIRE (AI & Robotics in Estonia) sebagai salah satu upaya untuk memulai inovasi di bidang AI dan robot, meluncurkan model kolaborasi inovatif Digital Testbed Framework untuk perusahaan-perusahaan digital, serta pengembangan website khusus E-Estonia dan E-Estonia Briefing Center .

Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju seiring zaman, Estonia yang sudah membangun identitasnya sebagai negara digital terus beradaptasi serta menyesuaikan dengan kondisi dunia pada saat ini sehingga Estonia terus bertransformasi untuk mengembangkan digitalisasi negaranya. Tentunya proses digitalisasi Estonia serta pembentukan identitas Estonia sebagai negara digital yang

kemudian menghasilkan brand E-Estonia tidak lepas dari masyarakat Estonia yang bekerjasama serta berkembang secara selaras dengan kemajuan teknologi.

### **Daftar Pustaka**

- Bakry, Dr. Umar Suryadi. 2017. *Dasar-Dasar Hubungan Internasional*. Depok: Penerbit Kencana.
- Brand Finance. 2024. *Estonia Brand Profile*, <https://brandirectory.com/brands/estonia> (diakses 20 Januari 2024).
- Budnitsky, Stanislav. 2020. "A Relational Approach to Digital Sovereignty: e-Estonia Between Russia and the West". *International Journal of Communication* 16 (2022): 1918–1939. United States.
- Burchill, Scott dan Andrew Linklater. 2013. *Theories of International Relations Fifth Edition*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Digital Economy and Society Index. 2021. *Estonia Digital Economy and Society Index Report 2021*. European Commission.
- Digital Economy and Society Index. 2022. *Estonia Digital Economy and Society Index Report 2022*. European Commission.
- E-Estonia. 2023. *Bye, bye 2022*, <https://e-estonia.com/bye-bye-2022/> (diakses 15 Mei 2023)
- E-Estonia. 2021. *Estonia – a European and global leader in the digitalisation of public services*, <https://e-estonia.com/estonia-a-european-and-global-leader-in-the-digitalisation-of-public-services/> (diakses 7 Februari 2024).
- E-Estonia. 2023. *Estonia embraces new AI-based services in healthcare*, <https://e-estonia.com/estonia-embraces-new-ai-based-services-in-healthcare/> (diakses 7 Februari 2024).
- E-Estonia. 2021. *What A Year!*, <https://e-estonia.com/2021-what-a-year/> (diakses 15 Mei 2023).
- Education Estonia. *How it all began? From Tiger Leap to digital society*, <https://www.educationestonia.org/tiger-leap/> (diakses 7 Februari 2024).
- Estonia. *eesti brand*, <https://brand.estonia.ee> (diakses 15 Mei 2023).
- Grieco, Joseph, G. John Ikenberry & Michael Mastanduno. 2015. *Introduction to International Relations: Enduring Questions and Contemporary Perspectives*. New York: Palgrave Macmillan.
- Hiio, Toomas. 2019. "On the Historical Identity of the Estonians and The Politics of Memory in Estonia". Estonia: Estonian Institute of Historical Memory.
- Mingst, Karen A. 2019. *Essentials of International Relations Eighth Edition*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- Sudiar, Sonny dan M. Nizar Hidayat. 2019. *Studi Hubungan Internasional Untuk Pemula: Sejarah Singkat, Konsep- Konsep Dasar & Isu-Isu Kontemporer*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Synami Media. *How Estonia Won the Nation Branding Game*, <https://www.synamimedia.com/branding-tips/how-estonia-won-the-nation-branding-game/> (diakses 22 Januari 2024).