

HALAMAN PERSETUJUAN PENERBITAN ARTIKEL EJOURNAL

Artikel eJournal dengan identitas sebagai berikut:

Judul : **STRATEGI NATION BRANDING IBU KOTA NUSANTARA (IKN) SEBAGAI FOREST CITY DI INDONESIA**

Pengarang : **AZHIRA AZHAR**

NIM : **2202046064**

Program : **Ilmu Hubungan Internasional**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

telah diperiksa dan disetujui untuk dionlinekan di eJournal Program S1 Ilmu Hubungan Internasional Fisip Unmul.

Samarinda, 2 Juli 2026

Pembimbing



Carolina Irene Andalia, M.A
NIP. 199609232024062001

Bagian di bawah ini

DIISI OLEH ADMIN EJOURNAL PRODI

Identitas terbitan untuk artikel di atas

Nama Terbitan	: eJournal Hubungan Internasional
Volume	:
Nomor	:
Tahun	:
Halaman	:

STRATEGI NATION BRANDING IBU KOTA NUSANTARA (IKN) SEBAGAI FOREST CITY DI INDONESIA

Azhira Azhar¹, Carolina Irene Andalia²,

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Mulawarman

Abstrak

Pemindahan Ibu Kota Negara Indonesia tidak hanya sebagai upaya pemindahan fisik tetapi juga sebagai respon atas persoalan lingkungan yang dialami Kota Jakarta. Penerapan Konsep *Forest City* didasari pada komitmen Indonesia dalam mewujudkan kota rendah karbon tahun 2045, komitmen terhadap *Paris Agreement*, serta pemenuhan target *Sustainable Development Goals* (SDGs). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi *Nation Branding* Ibu Kota Nusantara sebagai *Forest City* di Indonesia menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif analitis dengan memanfaatkan data sekunder berupa dokumen resmi pemerintah, jurnal, artikel, serta publikasi resmi dari OIKN. Hasil penelitian ini dianalisis menggunakan konsep *Nation Branding* menurut Simon Anholt dan diplomasi publik yang menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia melakukan penghijauan, restorasi lahan, pembuatan regulasi terkait lingkungan, penerapan budaya lokal serta pengembangan pariwisata berdasarkan ekowisata. Pemerintah dengan diplomasi publiknya melalui media digital, forum Internasional, serta kunjungan delegasi Internasional mempromosikan IKN sebagai Kota Hutan berkelanjutan.

Kata Kunci: Ibu Kota Nusantara (IKN), *Nation Branding*, *Forest City*, Diplomasi Publik

Abstract

The relocation of Indonesia's Capital City is not merely a physical relocation effort but also a response to the environmental issues faced by the city of Jakarta. The implementation of the Forest City concept is based on Indonesia's commitment to achieving a low-carbon city by 2045, its commitment to the Paris Agreement, and the fulfillment of the Sustainable Development Goals (SDGs) targets. This study aims to describe the Nation Branding strategy of the Nusantara Capital City as a Forest City in Indonesia using a qualitative descriptive-analytical research method, utilizing secondary data in the form of official government documents, journals, articles, and official publications from OIKN. The results of this study are analyzed using the concept of Nation Branding according to Simon Anholt and public diplomacy, which indicates that the Indonesian government is conducting reforestation, land restoration, formulating environmental regulations, implementing local culture, and developing tourism based on ecotourism. Through its public diplomacy via digital media, international forums, and visits from international delegations, the government promotes IKN as a sustainable Forest City.

Keywords: *Nusantara Capital City, Nation Branding, Forest City, Public Diplomacy.*

1. PENDAHULUAN

Pemindahan Ibu Kota Negara Indonesia dari Jakarta ke Ibu Kota Nusantara (IKN), Kalimantan Timur merupakan langkah strategis untuk mengatasi penurunan efektivitas kota Jakarta sebagai Ibu Kota Negara. Jakarta mengalami kelebihan kapasitas sebagai pusat pemerintah dan ekonomi Indonesia, terjadinya peningkatan jumlah penduduk serta minimnya wilayah hijau di Jakarta memicu berbagai ancaman

lingkungan, seperti polusi udara, polusi air, penurunan permukaan tanah dan krisis ruang hijau (Bappenas, 2022). Oleh sebab itu, Jakarta dinilai tidak lagi ideal sebagai Ibu Kota Negara yang nyaman, aman, dan berkelanjutan.

Pemindahan Ibu Kota Negara ke IKN menarik perhatian publik Nasional dan Internasional, mengingat Pulau Kalimantan merupakan paru-paru dunia (WWF Indonesia, 2020) dan memiliki banyak keanekaragaman hayati. Hal tersebut dikhawatirkan akan memicu deforestasi skala besar yang akan memperparah krisis iklim global (Universitas Gadjah Mada, 2023). Deforestasi terjadi di wilayah Kalimantan Timur yang bertepatan di wilayah IKN sejak tahun 2018 sampai 2021 telah mencapai 18 ribu Ha (FWI,2024), hal ini memperkuat kekhawatiran terkait isu deforestasi di wilayah IKN dan kekhawatiran ini juga disampaikan oleh *Co-Founder Organisasi Global Citizen* Amerika Serikat Michael Sheldrick pada 2 Februari 2022 di acara *The G20 Presidency* Ia mengatakan Indonesia sebisa mungkin untuk tidak melakukan deforestasi pada pembangunan Ibu Kota Negara baru sebab dapat berdampak pada ekosistem yang ada (Tempo,2022). Dengan adanya isu deforestasi menjadi dasar Indonesia untuk membuktikan komitmen hijaunya di Kancah Internasional dengan menerapkan konsep pembangunan yang sejalan dengan alam.

Guna membangun kepercayaan masyarakat dan global, pemerintah menerapkan Konsep *Forest City* sebagai dasar pembangunan IKN yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2022 tentang Ibu Kota Negara (Republik Indonesia, 2022). Dengan Konsep *Forest City*, Indonesia berkomitmen melakukan reforestasi dengan mengembalikan hutan industry menjadi hutan hujan tropis, menjadikan 75% wilayah IKN sebagai area hijau (Mutaqin et al., 2021). Penerapan *Forest City* ditargetkan untuk dapat mencapai kota rendah karbon tahun 2045, memenuhi komitmen Indonesia terhadap Paris Agreement dan Sustainable Development Goals (SDGs) (Mutaqin et al., 2021).

Pembangunan IKN sebagai *Forest City* tidak hanya sekedar pembangunan fisik tetapi juga menjadi proyeksi identitas nasional dan komitmen lingkungan Indonesia di kancah Internasional. Kajian terkait penerapan *Forest City* ini penting untuk diketahui agar dapat dipahami bagaimana IKN menerapkan, mengkomunikasikan konsep *Forest City* sebagai *Nation Branding*, sebab jika ada ketidakselarasan antara narasi dan kebijakan yang diterapkan pemerintah berisiko

menimbulkan perspektif negatif terhadap Indonesia. Terbatasnya penelitian yang mengkaji Konsep *Forest City* sebagai *Nation Branding* menjadi dasar penelitian ini yang bertujuan untuk menggambarkan “Strategi *Nation Branding* Ibu Kota Nusantara (IKN) Sebagai *Forest City* di Indonesia”.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analitis. Metode ini diterapkan untuk menggambarkan dan menganalisis mengenai bagaimana strategi Ibu Kota Nusantara (IKN) dalam membangun *Nation Branding* sebagai *Forest City*. Fokus analisis dalam penelitian ini berfokus pada enam dimensi *Nation Brand* menurut Simon Anholt, yang meliputi *governance, tourism, people, culture and heritage, investment, dan immigration*, yang diintegrasikan dengan konsep diplomasi publik pemerintah Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder yang relevan dengan topik penelitian, pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan menelaah berbagai sumber tertulis dan digital. Data tersebut mencakup dokumen resmi dan regulasi dari Otorita IKN (OIKN) serta Pemerintah Indonesia, Peraturan Presiden, pidato, hingga siaran pers resmi dari para pemangku kepentingan. Selain itu, data diperkuat melalui penelusuran situs web resmi Nusantara serta kementerian terkait seperti Bappenas, serta literatur pendukung berupa jurnal ilmiah, buku, dan artikel berita. Selanjutnya, teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis dokumen (*document analysis*) secara kualitatif. Peneliti mengidentifikasi seluruh data dari sumber-sumber literatur tersebut secara sistematis. Proses analisis difokuskan pada penyelarasan data lapangan dengan alat analisis berupa enam dimensi *Nation Brand* Simon Anholt dan konsep diplomasi publik guna menarik kesimpulan yang tepat mengenai strategi proyeksi citra hijau IKN di kancah internasional.

3. PEMBAHASAN

Latar Belakang Pemindahan Ibu Kota Negara

Pemindahan Ibu Kota Negara Indonesia diinisiasikan oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2019 tepatnya pada tanggal 29 April, Presiden Joko Widodo menggagas pemindahan Ibu Kota Negara ke luar Pulau Jawa tepatnya di Pulau Kalimantan hal ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2022 tentang Ibu Kota Negara. Dasar pemindahan Ibu Kota Negara Indonesia dilandasi oleh

menurunnya efektivitas Jakarta sebagai Ibu Kota Negara, terjadinya peningkatan urbanisasi dan pembukaan lahan hingga minimnya wilayah hijau mendorong terjadinya pencemaran udara, pencemaran air, penurunan muka air tanah sebanyak 7,5-10 cm, 57% air waduk dan 61% air sungai tercemar serta diperkirakan tahun 2050 terjadi kenaikan air laut sebesar 25-50 cm, ancaman bencana alam, sekitar 50% wilayah Jakarta dari tingkat keamanan banjirnya dibawah 10 tahun sedangkan idealnya kota besar tingkat keamanan banjir minimum 50 tahunan. Wilayah Jakarta juga terancam oleh aktivitas gunung berapi serta potensi gempa bumi-tsunami, tanah pun mengalami penurunan sebanyak (Bappenas,2021).

Provinsi Kalimantan Timur (Kaltim) tepatnya pada Kabupaten Penajam Paser Utara menjadi wilayah Ibu Kota Negara yang baru, alasan dipilihnya Pulau Kalimantan sebab Pulau Kalimantan dinilai minim bencana alam, aksesibilitas yang tinggi sebab dekat dengan dua kota besar yaitu Balikpapan dan Samarinda, secara geografis terletak di tengah Indonesia hal ini menjadi representasi Indonesia-sentris yang dimana sebelumnya ada stigma Jawa-sentris dan Presiden Joko Widodo menginginkan Jawa-Sentris menjadi Indonesia-Sentris, selain itu berdasarkan struktur kependudukan Kaltim tingkat konfliknya relatif rendah dan minim akan bencana alam, memiliki keanekaragaman hayati dan wilayah yang luas untuk di dirikannya Ibu Kota Negara Baru (Bappenas,2021).

Syarat sebuah wilayah atau kota yang menjadi Ibu Kota Negara tertera dalam UU Nomor 3 Tahun 2022 Tentang Ibu Kota Negara yaitu kota modern, aman, berkelanjutan, berketahanan, dan dapat menjadi acuan bagi pembangunan dan penataan wilayah lain di Indonesia dan dunia. Berdasarkan urgensi pemindahan Ibu Kota Negara Indonesia, Jakarta tidak lagi efektif sebagai Ibu Kota Negara oleh karenanya pemindahan ini dicanangkan untuk meringankan beban Jakarta dan dengan Ibu Kota Negara baru yaitu Ibu Kota Nusantara (IKN) sebagai Forest City menjadi perbaikan parameter kerusakan lingkungan yang terjadi di Jakarta.

Tabel Permasalahan Kota Jakarta dan Penerapan Konsep *Forest City* sebagai Solusi

Persoalan Lingkungan

Permasalahan Kota Jakarta yang berkaitan	Solusi Persoalan Lingkungan dengan Penerapan Konsep Forest City
--	---

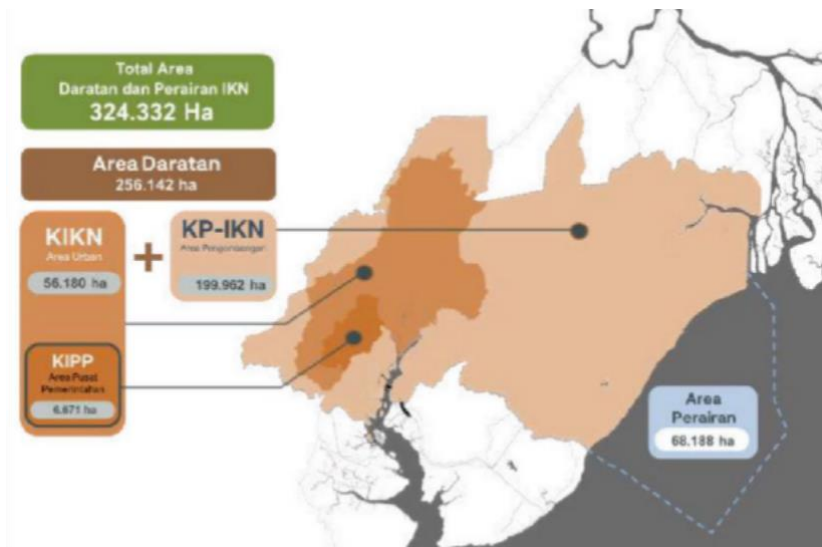
dengan persoalan lingkungan	
Krisis Air dan Penurunan Tanah	Dalam pembangunan Ibu Kota Nusantara, Hutan yang wilayahnya akan lebih luas dibanding wilayah terbangun akan menjadi penyerap air alami, mencegah banjir dan menjaga cadangan air bersih
Peningkatan Polusi Udara dan Minimnya Lahan Hijau akibat kepadatan penduduk	<i>Forest City</i> di desain sebagai pembangunan rendah karbon dan menggunakan transportasi hijau, pohon akan bertindak sebagai penyerap karbon alami dan tata kelola transportasi di Nusantara akan menggunakan transportasi umum dan berjalan kaki (<i>10 minutes city</i>)
Ancaman bencana alam	Secara geografis Pulau Kalimantan minim terhadap bencana alam dan dengan menerapkan konsep <i>Forest City</i> dapat memitigasi perubahan iklim yang akan meminimalisir terjadinya bencana alam.

Sumber: dibuat oleh penulis

Konsep *Forest City* nantinya juga dapat diterapkan di kota Jakarta secara bertahap guna memperbaiki tata ruang kota yang saat ini sudah terlanjur padat dengan mengadopsi beberapa elemen dari konsep *Forest City* seperti melakukan vertikal garden dan penerapan konsep manajemen tata kelola air yang menyesuaikan kondisi kota Jakarta, hal ini berdasar pada konsep *Forest City* yang juga akan menjadi kota model masa depan atau trendsetter bagi kota-kota di Indonesia serta dunia (Bappenas,2020).

Konsep *Forest City* sebagai *Nation Branding* Ibu Kota Nusantara

Wilayah Ibu Kota Nusantara memiliki luas sebesar 324.332 ha terdiri dari area perairan seluas 68.188 ha dan area daratan sebesar 256.142 ha. Wilayah daratan Nusantara terbagi menjadi dua area yaitu Kawasan Ibu Kota Nusantara (KIKN) seluas 56.180 ha dan Kawasan Pengembangan Ibu Kota Nusantara (KP-IKN) dengan luas 199.962 ha. Dalam kawasan Ibu Kota Nusantara terdapat Kawasan Inti Pusat Pemerintahan (KIPP) dengan luas 6.671 ha (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2023).



PETA WILAYAH IBU KOTA NJSANTARA

Sumber: Otorita Ibu Kota Nusantara (2023)

Batas-batas wilayah pada Ibu Kota Nusantara secara geografis berbatasan dengan:

(Yahya & Erdianto, 2022)

- Timur: Berbatasan dengan Selat Makassar
- Barat: Berbatasan dengan Kecamatan Loa Kulu, Kutai Kartanegara dan Kecamatan Sepaku, Penajam Paser Utara
- Selatan: Kecamatan Penajam, Teluk Balikpapan, dan Kota Balikpapan
- Utara: Kecamatan Loa Janan dan Sanga-Sanga, Kutai Kartanegara

Pada pembangunan IKN yang menerapkan konsep *Forest City* seluas 75% wilayah IKN akan menjadi wilayah hijau dan 25% adalah wilayah terbangun yang merupakan KIPP, Kawasan perkantoran dan bisnis, Area fasilitas publik, infrastruktur dasar dan transportasi IKN (PUPR, n.d.). Konsep *Forest City* yang diterapkan dalam pembangunan IKN di definisikan sebagai kota hutan yang didominasi oleh lanskap berstruktur hutan yang memiliki fungsi jasa ekosistem seperti hutan dengan

pendekatan lanskap yang terintegrasi agar dapat terciptanya kehidupan yang berdampingan dengan alam (Mutaqin et al., 2020). Pengertian *Forest City* secara umum berbeda dengan yang diterapkan di IKN sebab *Forest City* IKN menyesuaikan kondisi alam wilayahnya yang memiliki keanekaragaman hayati tinggi dan wilayah di sekitaran kawasan hutan sehingga dalam merancang pembangunan IKN difokuskan pada upaya mempertahankan dan merestorasi lingkungan sedangkan secara umum *Forest City* adalah upaya menghutankan kembali kota-kota yang minim wilayah hijau (Mutaqin et al., 2020).

Adapun prinsip dan indikator dari *Forest City* yang diterapkan di Ibu Kota Nusantara sebagai berikut (Mutaqin et al, 2020):

Tabel 2. Prinsip dan Indokator Konsep Forest City

NO	PRINSIP	INDIKATOR
1	Konservasi Sumber Daya Alam dan Habitat Satwa	<ul style="list-style-type: none"> a. Tersedianya RTH berstruktur hutan b. Persentase minimal tutupan hutan c. Tersedianya informasi kondisi pohon d. Distribusi spesies dengan merata e. Menggunakan vegetasi tanaman lokal f. Penetapan kawasan lindung dan <i>buffer zone</i>
2	Terkoneksi Dengan Alam	<ul style="list-style-type: none"> a. Akses penduduk perkotaan ke ruang terbuka hijau dapat ditempuh dengan jarak dekat b. Terdapat koridor hijau sebagai penghubung ke ruang terbuka hijau c. Pembangunan pada lahan yang tidak bertutupan hutan d. Bangunan hijau dan ramah lingkungan e. Perubahan bentang alam yang minimal dalam pembangunan

3	Pembangunan Rendah Karbon	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki target cadangan karbon b. Menggunakan transportasi publik <i>zero emission</i> di tengah kota c. Bebas asap
4	Sumber Daya Air Yang Memadai	<ul style="list-style-type: none"> a. Ketersediaan infrastruktur air dan tampungan air yang memadai b. Efisien terhadap konsumsi air c. Karakteristik biologi, kimia, serta fisik air tergolong baik
5	Pembangunan Terkendali	<ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan sekitar 25%-30% wilayah kota sebagai lahan terbangun b. Konsentrasi pembangunan pada pusat kota
6	Melibatkan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjadikan masyarakat sebagai <i>citizen forester</i> b. Masyarakat sadar terhadap pelestarian lingkungan c. Teridentifikasinya kelola masyarakat pada area berhutan IKN d. Masyarakat lokal terlibat dalam perencanaan dan pengelolaan hutan e. Mengadopsi praktek pengelolaan hutan oleh masyarakat lokal

Sumber: Dibuat oleh Penulis

Pada penelitian ini, indikator dari *Forest City* tersebut menjadi pesan utama yang dilihat keselarasannya dengan strategi ataupun upaya pemerintah yang dikaji dalam 6 dimensi *Nation Branding* sebagai kerangka analisis untuk mengkaji bagaimana strategi *Nation Branding* IKN sebagai *Forest City* dibentuk, diterapkan, dan selaras terhadap narasi *Forest City*. Dengan demikian, 6 dimensi *Nation Branding*

menurut Simon Anholt tersebut dipergunakan untuk mengidentifikasi serta menganalisis upaya, kebijakan, serta strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam membangun konsep *Forest City* sebagai *Nation branding* di kancah Internasional.

Konsep *Forest City* dalam pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN) merupakan strategi utama diplomasi publik dan *nation branding* untuk membangun persepsi global bahwa Indonesia berkomitmen penuh pada pembangunan berkelanjutan. Upaya ini diaktualisasikan melalui dua saluran utama:

1. Diplomasi Publik melalui media digital Pemerintah memanfaatkan situs resmi serta media sosial Otorita IKN (OIKN) dalam bahasa Indonesia dan Inggris untuk menyebarkan visi, regulasi, dan progres IKN. Media digital ini berfungsi sebagai alat pembentuk citra global yang transparan dan dapat diakses dengan mudah oleh audiens domestik maupun internasional.

2. Forum Internasional dan Kunjungan Diplomatik Narasi *Forest City* secara konsisten disuarakan oleh delegasi Indonesia dalam berbagai pertemuan global guna memperkuat *branding* Nusantara sebagai wajah baru Indonesia yang peduli lingkungan:

- a. **Singapura (17 Februari 2022):** Pada acara *Nusantara a City of Opportunities*, Kepala OIKN Bambang Susantono menegaskan IKN sebagai ibu kota pertama di dunia yang berkonsep *Forest City* sebagai percontohan global (Oorita Ibu Kota Nusantara, 2022).
- b. **WEF Davos, Swiss (16-20 Januari 2023):** Di hadapan pemimpin dunia, konsep kota hutan berkelanjutan dipromosikan untuk menarik investasi asing sekaligus memperkenalkan identitas baru Indonesia (Purnama, 2023; Riswan, 2022).
- c. **Belanda (23 Oktober 2023):** Deputi Bidang Lingkungan Hidup dan SDA, Myrna Safitri, memaparkan strategi "*An Inclusive Forest City*" pada BRIN-LDE Academy terkait perlindungan budaya dan multispecies.
- d. **Kunjungan Delegasi Inggris (21 Februari 2024):** Dubes Dominic Jerney dan Nick Dyer (FCDO) meninjau langsung konsep kota netral karbon yang diakhiri dengan aksi simbolis penanaman pohon (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2024).

- e. **Kunjungan Akademisi Thailand (25-26 Agustus 2025):** Melalui forum *Rewilding Nusantara*, 200 rektor dari CUPT dan CRISU mengapresiasi IKN sebagai contoh global, yang disusul aksi nyata penanaman 400 bibit pohon di Taman Kusuma Bangsa (Alexander, 2025; Otorita Ibu Kota Nusantara, 2025).

Melalui integrasi narasi dan aksi nyata (seperti penanaman pohon bersama para delegasi), *Forest City* tidak hanya sebagai pembangunan fisik dari Ibu Kota Negara baru, melainkan sebuah identitas nasional (*nation branding*) yang memperkuat reputasi internasional Indonesia.

Strategi *Nation Branding* Ibu Kota Nusantara dalam penerapan *Forest City* melalui 6 dimensi *Nation Branding* Simon Anholt

Konsep *Nation Branding* Simon Anholt menekankan bahwa reputasi negara dibentuk oleh tindakan konsisten dan aksi nyata, bukan sekadar promosi instan. Enam dimensi dalam *Nation Brand Hexagon* saling berkorelasi menentukan tingkat kepercayaan global (Anholt, 2007). Berikut adalah analisis penerapan konsep *Forest City* sebagai identitas nasional Indonesia pada tiap dimensi:

1. Governance

Pada dimensi governance dalam konsep *Nation Branding* Simon Anholt merujuk pada bagaimana suatu negara menetapkan dan menjalankan kebijakan, uoaya maupun regulasi dengan komitmen yang kuat. Pada penelitian ini akan meyoroti terkait kebijakan, upaya dan regulasi yang telah dibuat oleh pemerintah untuk membangun IKN sebagai Foresr City.

Strategi pemerintah pada dimensi governance sebagai berikut:

- a. **Pembuatan dan penerapan regulasi terkait tata Kelola tambang dan perkebunan di wilayah IKN berdasarkan surat edaran Nomor 012/SE/ Kepala Otorita IKN /X/2023 Tentang Penataan Perizinan Tambang dan Perkebunan Wilayah IKN.** Regulasi ini mengatur terkait penghentian izin usaha pertambangan dan perkebunan di wilayah IKN, menekankan kewajiban menjalankan kegiatan pasca tambang bagi perusahaan untukmerestorasi lahan, serta penghentian tambang illegal. Kebijakan ini berpacu pada prinsip penerapan *Forest City* yaitu rehabilitasi, restorasi,

Pengelolaan Lahan Hijau (RTH), serta pencaangan izin usaha bagi perusahaan tambang dan kebun sawit (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2023).

Regulasi tata Kelola tambang dan perkebunan ini sejalan dengan komitmen Indonesia terhadap SDGs terutama pada SDGs ke-12 (Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab) sebab mendorong perusahaan untuk melakukan praktik berkelanjutan, kemudian SDGs ke-13 Penanganan dan perbaikan iklim karena dengan merehabilitasi lingkungan menjadi bentuk usaha mitigasi dari perubahan iklim, regulasi ini juga menjadi upaya perbaikan ekosistem darat dengan rehabilitasi, reklamasi lahan menjadi ekosistem produktif sebagai wilayah konservasi hayati ataupun wilayah hutan dan hal ini sejalan dengan SDGs ke-15 terkait dengan ekosistem darat (unairnews, 2025). Hal ini mendukung penerapan Forest City di IKN sebab berfokus pada perbaikan lingkungan untuk menghijaukan Kembali wilayah IKN yang telah rusak dan menjadi penguat komitmen penerapan Forest City sebagai bagian dari Nation Branding IKN.

- b. **Program Penanaman Pohon di Wilayah IKN**, penanaman pohon ini rutin dilakukan oleh insan Otorita Ibu Kota Nusantara (OIKN) setiap 2 minggu sekali di Kawasan Inti Pemerintahan IKN seperti Taman Kusuma Bangsa, Kawasan Miniatur Hutan Hujan Tropis, Area sekitar Istana Negara. Penanaman juga rutin dilakukan di hari-hari besar seperti hari lingkungan hidup ataupun libur nasional yang juga melibatkan masyarakat yang mengunjungi IKN untuk melakukan penanaman pohon, tidak hanya masyarakat lokal saja tetapi penanaman ini juga dilakukan oleh delegasi-delegasi Internasional yang berkunjung ke IKN (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2025). Program penanaman pohon ini sebagai bentuk pemenuhan target wilayah IKN yang ditargetkan sebanyak 65-75% wilayah IKN akan menjadi wilayah hijau. Awal tahun 2026 baru seluas 30.000 ha wilayah yang ditetapkan sebagai wilayah lindung dan telah diestorasi seluas 1.805 ha, mulai dari 2026 ditargetkan per tahun seluas 23.000 ha lahan dihijaukan Kembali dengan estimasi 650 pohon per hektare (Antaraneews, 2026).

Program penanaman pohon ini menjadi bentuk komitmen pemerintah dalam menerapkan Forest City di IKN yang dimana sebesar 75% wilayah

IKN akan menjadi wilayah hijau seperti yang tertera dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2022 Tentang Ibu Kota Negara.

Adapun Diplomasi Publik pemerintah terkait kebijakan dan program pada dimensi governance sebagai berikut:

- a. Terkait tata Kelola tambang dan perkebunan, kegiatan pascatambang dan informasi terkait penerapan tata Kelola ini di informasikan kepada publik melalui media digital resmi OIKN dan website resmi IKN. Regulasi ini dikembangkan menjadi upaya rehabilitasi lahan eks tambang dan dalam kegiatannya diikuti oleh insan OIKN serta masyarakat lokal, salah satunya seperti pada penanam pohon sebanyak 1.000 bibit pohon di area seluas 1,6 hektare di bekas wilayah tambang Bukit Soeharto pada 18 Juni 2026 (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2026) dan di dokumentasikan pada akun Instagram resmi OIKN yaitu @otorita_ikn. Adanya regulasi tata Kelola tambang dan perkebunan ini yang telah di informasikan kepada publik melalui media digital menjadi bentuk diplomasi publik IKN sebagai penguatan komitmen terhadap penerapan Forest City di IKN.
- b. Dalam program penanaman pohon pemerintah juga melakukan publikasi melalui media digital dan website resmi serta instrument diplomasi publik terlihat dari partisipasi Internasional melalui aksi nyata penanaman pohon seperti yang dilakukan oleh akademisi CUPT Thailand yang menanam sebanyak 400 pohon di Taman Kusuma Bangsa, delegasi Inggris yang menanam pohon endemik Pulau Kalimantan (pohon meranti, keruing, kapur) di Miniatur Hutan Hujan Tropis (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2025). Aksi tersebut menjadi bentuk diplomasi publik pemerintah melalui aksi nyata keterlibatan delegasi Internasional dalam program penanaman pohon sebagai bentuk upaya penerapan Forest City IKN dan pembentukan persepsi positif global.

2. *People*

Dimensi *people* dalam Nation Branding merupakan pandangan masyarakat global terhadap masyarakat yang ada pada suatu negara bagaimana masyarakat lokal di negara tersebut memperlakukan pendatang,

perilaku dan kebiasaan mereka sehari-hari (Anholt, 2007). Pada konteks pembangunan IKN peran masyarakat turut andil dalam melaksanakan kegiatan yang telah dibentuk dan ditetapkan oleh pemerintah. Pemerintah berupaya menyelaraskan kebiasaan masyarakat lokal dengan komitmen pemerintah dalam pelestarian lingkungan sesuai dengan prinsip dan indikator Forest City IKN yaitu menjadikan masyarakat lokal sebagai *citizen forester*. Adapun strategi yang dilakukan oleh pemerintah yaitu:

- a. **Melibatkan masyarakat dalam program penanaman pohon**, pemerintah turut mengajak masyarakat untuk ikut andil dalam melakukan penanaman pohon di wilayah IKN terutama ketika kegiatan penanaman pohon saat libur nasional ataupun ketika ada *event* di IKN. Salah satu keterlibatan masyarakat lokal dalam program penanaman pohon di IKN yaitu penanaman 100 pohon pada awal tahun 2026 (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2026), keterlibatan masyarakat ini penting untuk membangun kesadaran ekologis masyarakat dan menjadikan penanaman pohon sebagai kebiasaan hidup.
- b. **Memberikan edukasi terkait pelestarian lingkungan kepada masyarakat lokal**, hal ini sebagai bentuk upaya pemerintah untuk menyelaraskan citra masyarakat dengan nilai keberlanjutan yang ingin diterapkan pemerintah. Pemerintah memulai edukasi pada generasi muda yang salah satu kegiatannya yaitu diadakannya kemah konservasi diikuti oleh ratusan pelajar dari berbagai sekolah di Kecamatan Samboja, Sepaku, dan Kutai Barat (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2023). Dalam kegiatan ini para pelajar diberikan edukasi terkait pentingnya mewujudkan IKN sebagai Forest City, mereka diberikan pemahaman terkait pelestarian alam, pembangunan yang serasi dengan alam, serta konservasi keanekaragaman hayati (AntaraKaltim, 2023).
- c. **Menerapkan konsep gaya hidup berkelanjutan untuk masyarakat IKN**, pemerintah mendesain kota Nusantara dalam menggunakan transportasi diutamakan untuk menggunakan transportasi umum yang telah disediakan pemerintah hal ini sejalan dengan target pemerintah sebesar 80% transportasi yang digunakan di IKN adalah transportasi

publik, berjalan kaki, dan menggunakan kendaraan listrik (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2024).

Bentuk diplomasi publik pemerintah pada dimensi ini dengan memanfaatkan media digital resmi IKN, website resmi IKN dan berita lokal Kalimantan yang dipublikasikan terutama pada Instagram resmi IKN yaitu @otorita_ikn, @nusantaraforestcity, @ikn_id. Setiap kegiatan salah satunya seperti kemah konservasi dipublikasi pada akun resmi OIKN, hal tersebut menjadi langkah awal pemerintah mengkomunikasikan kegiatan yang dilakukan sejalan dengan penerapan Forest City.

3. *Culture and Heritage*

Dimensi ini berkaitan dengan tradisi budaya setempat serta nilai historis dari suatu negara yang dilihat masyarakat global (Anholt, 2007). Pada konsep Nation Branding budaya menjadi ciri khas serta identitas yang membedakan suatu negara terhadap negara lain. Pada pembangunan IKN pemerintah melakukan strategi berikut:

- a. **Menerapkan unsur budaya pada arsitektur bangunan serta logo Nusantara sebagai identitas visual**, logo Nusantara melambangkan pohon hayat yang tersusun atas 5 butir dasar Pancasila mengalir dan tumbuh menjadi 17 kembang kemerdekaan Indonesia menjadi visi untuk mencapai kejayaan (Akbar et al., 2023). Desain arsitektur bangunan IKN juga memadukan nilai-nilai budaya Indonesia seperti pada Istana Negara yang berbentuk garuda bermakna sebagai lambing kekuatan dan penyatuan 1.300 suku di Indonesia (Saptohutomo, 2024).
- b. **Melakukan penyelenggaraan kegiatan budaya serta edukasi kebudayaan lokal di wilayah IKN**, seperti penyelenggaraan acara Nusantara Culture Festival pada 30 Mei 2025 yang dilakukannya parade budaya serta penampilan kesenian dari berbagai suku Indonesia (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2025).
- c. **Perlindungan adat serta pengakuan hak masyarakat lokal dalam proses pembangunan Nusantara**

Diplomasi publik pada dimensi *culture and heritage* masih terbatas pada publikasi kegiatan yang dilakukan pemerintah berkaitan dengan budaya seperti publikasi acara *Nusantara Culture Festival*, pemerintah belum menonjolkan adat dari masyarakat lokal IKN yaitu budaya adat suku dayak yang kesehariannya hidup berdampingan dengan alam sisi autentik itu belum diintegrasikan pemerintah dalam diplomasi publiknya padahal positioning Indonesia dalam dimensi ini kuat mengingat salah satu indikator *Forest City* IKN adalah menerapkan adat masyarakat lokal dan ini belum terintegrasi dengan optimal dalam promosi dan narasi pemerintah.

4. *Tourism*

Dimensi *tourism* dalam konsep *Nation Branding* merujuk pada bagaimana suatu negara dipersepsikan sebagai destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi, hal ini tidak hanya berkaitan dengan jumlah pengunjung tetapi juga berkaitan dengan daya tarik simbolik terhadap ciri atau identitas dari suatu wilayah (Anholt, 2007). Pada konteks pembangunan IKN, Ibu Kota Negara baru ini menjadi srotan sebab tidak hanya diproyeksikan sebagai pusat pemerintahan tetapi juga sebagai identitas baru Indonesia. Sisi pariwisata yang di rancang oleh pemerintah di IKN berbasis dengan *ecotourism* mengacu pada *quality and sustainability* (Suteja, 2024). *Ecotourism* disini bermakna pariwisata yang berbasis dengan daya tarik alam sebagai tujuan rekreasi serta sebagai bentuk upaya mendukung konservasi dan peningkatan ekonomi masyarakat setempat (Kautsar, 2023). Hal tersebut sejalan dengan konsep pembangunan IKN sebagai *Forest City* yang dimana berbasis dengan alam dan menjadi bagian dari strategi pemerintah dalam dimensi *tourism*.

Sebagai bentuk strategi pengenalan bidang pariwisata IKN sebagai *ecotourism* pemerintah melakukan promosi di forum Internasional, yaitu promosi wisata IKN yang akan berbasis dengan *ecotourism* di pameran wisata Internasional *Arabian Travel Market* pada tanggal 6-9 Mei 2024 di Dubai dan dalam acara *World Travel Market* pada 5-6 November 2024 di Inggris (Suteja, 2024). Promosi pada forum Internasional tersebut menjadi bagian dari diplomasi publik pemerintah Indonesia untuk mengkomunikasikan kepada public global bahwa pariwisata di IKN juga berbasis dengan alam sebagai

bentuk penguatan identitas sebagai Forest City. Selain promosi pada forum Internasional pemerintah tetap mempublikasikan segala kegiatannya di media digital dan website resmi pemerintah, namun terkait dengan penguatan narasi pariwisata IKN berbasis *ecotourism* belum optimal hal ini ditandai dengan kurangnya informasi terkait tempat wisata di IKN dan kunjungan ke IKN masih berlandaskan pada rasa penasaran akan progres pembangunannya bukan pada sisi pariwisata *ecotourism* yang ada di IKN.

5. Exports

Dimensi *exports* merupakan pandangan serta penilaian public terhadap kualitas barang atau jasa dari suatu negara dan cara negara tersebut mempromosikannya. Pada *Nation Branding*, Anholt berpendapat bahwa barang, jasa, serta merek ekspor dari suatu negara dapat berfungsi sebagai representasi identitas nasional pada pasar global (Anholt, 2007). Pada pembangunan IKN, pemerintah berupaya untuk mengeksport nilai dan model pembangunan berkelanjutan yang diterapkan dalam pembangunan Ibu Kota Negara baru yaitu Forest City mengingat Indonesia dikenal sebagai eksportir komoditas seperti batu bara dan kelapa sawit yang erat kaitannya dengan isu lingkungan dan deforestasi (Susetyo, 2024). Dengan menjadikan IKN sebagai kota dengan pembangunan berkelanjutan, Indonesia berupaya untuk membentuk citra baru sebagai negara dengan komitmen terhadap lingkungan dan hal tersebut juga dilakukan untuk menarik kepercayaan global.

IKN juga memiliki komoditas unggulan yaitu kopi liberika yang telah dibudidayakan petani di Sepaku, kopi ini menjadi ikon ekonomi hijau yang telah menarik perhatian pasar global salah satunya ketertarikan dari negara Qatar yang ingin membeli kopi liberika sebanyak 20 kontainer (Alexander, 2025). Namun saat ini kapasitas produksi petani lokal IKN masih belum mencukupi permintaan tersebut sehingga mereka untuk memperbanyak tingkat produksi melakukan upaya penanaman pohon kopi liberika sebanyak 10 pohon per anggota petani liberika (Alexander, 2025).

Pada diplomasi publik pemerintah dalam dimensi ini dilakukan dengan promosi model pembangunan IKN sebagai Forest City di Forum-Forum

Internasional, penyelenggaraan kunjungan delegasi Internasional ke IKN untuk melihat langsung proses pembangunan IKN sebagai Forest City, melibatkan actor Internasional dalam program penanaman pohon di IKN. Pada dimensi ini diplomasi publiknya di dukung pada promosi di dimensi-dimensi sebelumnya yang memperkenalkan model dasar pembangunan IKN sebagai Forest City.

6. Investment and Immigration

Pada dimensi ini melihat daya tarik ekonomi, stabilitas politik, iklim investasi, serta kualitas hidup di mata global. Strategi yang dilakukan pemerintah dalam penguatan citra pada dimensi ini yaitu:

- 1. Mempromosikan potensi energi hijau Indonesia dalam forum Internasional**, promosi ini dilakukan oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2023 di Singapura. Presiden Joko Widodo menyatakan komitmen Indonesia dalam pengembangan energi dan industri hijau yang diwujudkan dengan pembangunan IKN sebagai Forest City sebagai kota berkelanjutan beliau juga dalam pidatonya menjabarkan terkait potensi yang dimiliki oleh Indonesia yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber energi hijau (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2023). Promosi ini juga menjadi bagian dari diplomasi publik pemerintah dalam mengkomunikasikan IKN sebagai Forest City.
- 2. Membuat stan Ibu Kota Nusantara pada kunjungan di forum Internasional di Singapura**, stan ini bertujuan agar pengunjung dapat melihat gambaran model pembangunan Forest City di IKN dan melihat peluang investasi yang ada (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2023). Promosi pada forum di Singapura ini membuahkan hasil, pada tahun 2004 perusahaan swasta Singapura Sembcrop Utilities Pte Ltd yang bergerak pada bidang Energi Baru Terbarukan (EBT) menanamkan modal sebesar 930 miliar untuk membangun panel surya 5-6 Mv berbasis EBT (Alexander & Maharani, 2024). Sampai tahun 2025 komitmen investasi mencapai 60 triliun (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2025) dan melonja hingga awal 2026 dengan total 72 triliun rupiah dari 57 perusahaan yang berinvestasi di IKN (Otorita Ibu Kota Nusantara, 2026).

3. **Melakukan pemindahan ASN ke IKN** sebagai magnet kependudukan yang menjadi langkah awal yang dilakukan pemerintah untuk menarik masuknya calon penduduk ke wilayah IKN (Humas MenPANRB, 2023), selain itu dengan menerapkan pembangunan berbasis dengan alam wilayah IKN yang telah terdapat penduduk akan ditingkatkan kualitas hidupnya dengan fasilitas publik dan pembentukan lingkungan yang asri sehingga masyarakat memiliki kelayakan hidup di wilayah IKN.

Diplomasi publik pemerintah sampai pada dimensi *investment and immigration* masih dalam tahap awal yang memanfaatkan media digital dan publikasi melalui website resmi, promosi pada forum Internasional maupun nasional. Diplomasi publik yang dilakukan pemerintah pada dimensi *Investment and Immigration* ini sudah cukup berhasil menarik perhatian investor global. Upaya mempromosikan potensi energi hijau di Singapura, pembuatan stan informasi, hingga masuknya investasi dari perusahaan Singapura terbukti mampu membangun persepsi positif awal di mata investor. Namun, tantangan utama diplomasi publik pemerintah ke depannya adalah menjaga konsistensi terkait narasi dan kebijakan investasi serta kelayakan hidup. Investor internasional membutuhkan bukti nyata bahwa pembangunan IKN benar-benar ramah lingkungan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis strategi *Nation Branding* Ibu Kota Nusantara menggunakan kerangka *Nation brand* Hexagon dari Simon Anholt, dapat disimpulkan bahwa strategi *Nation branding* Ibu Kota Nusantara (IKN) sebagai *Forest City* menunjukkan arah yang positif, namun belum secara merata pada setiap dimensi. Dari keenam dimensi yang diteliti, dimensi *Governance* menjadi bidang yang paling menonjol dan relatif paling stabil. Dimensi ini berfungsi sebagai landasan utama karena adanya komitmen politik dan arah kebijakan regulasi yang jelas dari pemerintah terkait proteksi lingkungan. Kekuatan regulasi pada dimensi *Governance* ini berhasil diikuti oleh pertumbuhan pada dimensi *Investment and Immigration* serta dimensi *Exports*, yang mulai berkembang melalui penarikan minat modal hijau dan ekspor nilai model pembangunan berkelanjutan di forum global. Sebaliknya, dimensi *Tourism*

serta *Culture and Heritage* menjadi dimensi yang paling lemah. Sektor pariwisata masih didominasi oleh kunjungan domestik yang sekadar penasaran pada pembangunan fisik, belum pada esensi *ecotourism*. Sementara pada dimensi budaya, pemerintah belum optimal mengartikulasikan nilai autentik kearifan lokal Indonesia yang sejatinya sudah sejak lama hidup selaras dengan alam ke dalam komunikasi global. Selain itu, dalam jangka panjang, konsistensi antara narasi kota hutan dengan realisasi kecepatan restorasi lahan tahunan di lapangan masih menjadi tantangan utama untuk menghindari keraguan pada Masyarakat domestik maupun internasional.

Dalam konteks ini, diplomasi publik memegang peran krusial sebagai alat utama untuk mengomunikasikan narasi *Forest City* kepada masyarakat internasional. Pemerintah Indonesia telah melakukan langkah awal diplomasi publik yang baik melalui promosi di forum-forum bisnis internasional, publikasi media digital resmi, serta kunjungan delegasi asing. Namun, evaluasi terhadap diplomasi publik ini menunjukkan bahwa pelaksanaannya belum optimal, belum merata, dan kurang konsisten dalam menjangkau audiens internasional secara luas. Akibatnya, penyebaran pesan hijau IKN masih timpang dan belum mampu mendongkrak reputasi seluruh dimensi *Nation Brand Hexagon* secara seimbang.

REFERENSI

- Alexander, B, H. (2025). Jumlah kunjungan ke IKN 37.000 orang saat Natal 2025. Kompas.com. <https://ikn.kompas.com/read/2025/12/26/200812087/jumlah-kunjungan-ke-ikn-37000-orang-saat-natal-2025>
- Alexander, B, H. (2025). *Kopi Liberika, emas hijau Kalimantan, ketimbang sawit*. Kompas.com. <https://ikn.kompas.com/read/2025/10/10/190845287/kopi-liberika-emas-hijau-kalimantan-diklaim-lebih-cuan-ketimbang-sawit>
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.
- Antara News Kaltim. (2023, 21 Agustus). *Kemah konservasi Otorita IKN Nusantara libatkan ratusan pelajar*. Diakses dari <https://kaltim.antaranews.com/berita/192360/kemah-konservasi-otorita-ikn-nusantara-libatkan-ratusan-pelajar>

- Bappenas. (2021). *Buku Saku Pemindahan Ibu Kota Nusantara* Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- FWI, (2024). *Persoalan deforestasi di Indonesia: Sebuah polemik berkelanjutan*. Diakses dari <https://fwi.or.id/persoalan-deforestasi-di-indonesia-sebuah-polemik/>
- Humas MenpanRB. (2023). *3.246 ASN pindah IKN pada Juli-November 2024. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi*. <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/3-246-asn-pindah-ikn-pada-juli-november-2024>
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2023). *Ajak pengusaha Singapura investasi di IKN, Presiden: "This is a golden opportunity"*. <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/ajak-pengusaha-singapura-investasi-di-ikn-presiden-this-is-a-golden-opportunity>
- Maharani, A, S, A.& Alexander, B, A. (2024). *Investor Singapura merapat ke IKN, Bangun solar panel dan Pendidikan*. Kompas.com. [https://ikn.kompas.com/read/2024/09/04/201231687/investor-singapura-merapat-ke-ikn-bangun-solar-panel-dan-pendidikan#:~:text=%22Mereka%20\(Sembcorp\)%20mau%20investasi%20di%20solar%20panel%2C,ucap%20Rosan%20di%20Kompleks%20Parlemen%2C%20Senayan%2C%20Jakarta%2C](https://ikn.kompas.com/read/2024/09/04/201231687/investor-singapura-merapat-ke-ikn-bangun-solar-panel-dan-pendidikan#:~:text=%22Mereka%20(Sembcorp)%20mau%20investasi%20di%20solar%20panel%2C,ucap%20Rosan%20di%20Kompleks%20Parlemen%2C%20Senayan%2C%20Jakarta%2C)
- Mutaqin, D. J., Muslim, M. B., & Rahayu, N. H. (2021). *Analisis Konsep Forest City dalam Rencana Pembangunan Ibu Kota Negara*. Bappenas Working Papers, 4(1), 13-29. <https://bgpapers.bappenas.go.id>
- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2022). *Nusantara, Akan Jadi Ibu Kota Negara dengan Konsep Forest City yang Pertama di Dunia*. <https://ikn.go.id>
- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2023). *Cetak Biru Kota Cerdas Nusantara*. Kedeputian Bidang Transformasi Hijau dan Digital.
- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2023). *Mengukir Sejarah Baru di Indonesia Lewat Pembangunan Berkelanjutan*. Diakses dari <https://www.ikn.go.id/mengukir-sejarah-baru-di-indonesia-lewat-pembangunan-berkelanjutan#:~:text=IKN%20dirancang%20untuk%20menjadi%20kota,fokus%20pembangunan%20nasional%2C%20termasuk%20IKN>.
- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2023). *Pedoman Penggunaan Logo Nusantara*. Diakses dari <https://www.ikn.go.id/storage/se-sk/20231213-sk.54.2023-pedoman-penggunaan-logo-nusantara.pdf>.
- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2024). *Langkah Strategis Transformation Transportasi, Otorita IKN Perkenalkan Tim Asistensi Ahli Bidang Transportasi*. <https://ikn.go.id>
- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2024). *Pemerintah Inggris Siap Dukung IKN Sebagai Kota Dunia Untuk Semua*. <https://ikn.go.id/en/posts/pemerintah-inggris-siap-dukung-ikn-sebagai-kota-dunia-untuk-semua>

- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2025, August 29). Menanam harapan, merawat Nusantara: Otorita IKN dan petani Sepaku tumbuhkan asa melalui kopi liberika. IKN.go.id. <https://ikn.go.id/menanam-harapan-merawat-nusantara-otorita-ikn-dan-petani-sepaku-tumbuhkan-asa-melalui-kopi-liberika>
- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2026, February 25). Perkuat ekosistem kawasan, Otorita IKN teken tiga kerja sama investasi di Nusantara. IKN.go.id. <https://ikn.go.id/perkuat-ekosistem-kawasan-otorita-ikn-teken-tiga-kerja-sama-investasi-di-nusantara>
- Otorita Ibu Kota Nusantara. (2026, March 18). Libur panjang, Otorita IKN sambut masyarakat untuk kunjungi Nusantara. IKN.go.id. <https://ikn.go.id/libur-panjang-otorita-ikn-sambut-masyarakat-untuk-kunjungi-nusantara>
- Purniawan, N. B. (2025). Otorita bersama Singapura kembangkan energi hijau di IKN. Antara Kaltim. <https://kaltim.antaranews.com>
- Purwaniawan, N. B. (2026, February 21). Target kawasan lindung IKN capai 164.000 hektare. Antara Kaltim. <https://kaltim.antaranews.com>
- Republik Indonesia, (2022). RENCANA INDUK IKN LAMPIRAN II. <https://berkas.dpr.go.id/akd/dokumen/Paripurna-RJ-20220426-1200097041.pdf>
- Saptohutomo, A. P. (2024, 11 Agustus). Nyoman Nuarta Ungkap Makna Dasar Desain Istana Garuda IKN. Kompas.com. <https://nasional.kompas.com>
- Susetyo, P. D. (2024, March 27). Kota hutan IKN: Deforestasi atau reforestasi? Forest Digest. <https://www.forestdigest.com/detail/2544/kota-hutan-ikn-deforestasi-reforestasi>
- Suteja, N. T. (2024). Konsep Pariwisata IKN akan Berbasis Green Tourism dan Berkelanjutan, Kememparekraf Serious Beri Dukungan. Prokal. <https://www.prokal.co>
- Tempo.co. (2022). *Global Citizen sarankan tak lakukan deforestasi dalam pembangunan IKN*. Diakses dari <https://www.tempo.co/internasional/global-citizen-sarankan-tak-lakukan-deforestasi-dalam-pembangunan-ikn-429328>