

***UPAYA NATION BRANDING INDIA DI BALIK PROMOSI  
KAMPANYE *LIFESTYLE FOR ENVIRONMENT* PADA  
CONFERENCE OF THE PARTIES 26***

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk  
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)  
dalam bidang Hubungan Internasional



**Dwi Indah Puspitasari**

**NIM 10020221047**

**Program Studi Hubungan Internasional**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**

**Maret, 2025**

## PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

|               |                                                                                                                    |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama          | : Dwi Indah Puspitasari                                                                                            |
| NIM           | : 1020221047                                                                                                       |
| Program Studi | : Hubungan Internasional                                                                                           |
| Judul Skripsi | : <i>Upaya Nation Branding India Di Balik Kampanye Lifestyle For Environment Pada Conference Of The Parties 26</i> |

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun,
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain,
3. Apabila skripsi ini di kemudian hari terbukti sebagai karya plagiat, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang berlaku.

Surabaya, 17 Juni 2025  
Yang Menyatakan,



**Dwi Indah Puspitasari**  
10020221047

## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi yang ditulis oleh

Nama : Dwi Indah Puspitasari  
NIM : 1020221047  
Program Studi : Hubungan Internasional

Berjudul *Upaya Nation Branding India di Balik Kampanye Lifestyle For Environment pada Conference Of The Parties 26*, saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut dapat diajukan sebagai salah satu persyaratan bagi yang bersangkutan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 25 Juni 2025  
Dosen Pembimbing,



Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A.  
NIP 199003252018012001

## PENGESAHAN

Skripsi oleh Dwi Indah Puspitasari dengan judul *Upaya Nation Branding India di Balik Kampanye Lifestyle For Environment pada Conference Of The Parties 26*, telah dipertahankan dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Skripsi pada tanggal 25 Juni 2025.

### Tim Penguji Skripsi

Penguji I



Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A.  
NIP 199003252018012001

Penguji II



Dr. Slamet Muliono Redjosari, M.Si.  
NIP 196811291996031003

Penguji III



Dra. Hj. Wahidah Zein Br Siregar, MA, Ph.D.  
NIP 196901051993032001

Penguji IV



Dr. Moh. Ilyas Rolis, S.Ag., M.Si.  
NIP 197704182011011007

Surabaya, 25 Juni 2025

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Dekan



Prof. Dr. H. Abd. Chalik, M.Ag.  
NIP 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dwi Indah Puspitasari  
NIM : 10020221047  
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Hubungan Internasional  
E-mail address : dwiindahps@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

Upaya Nation Branding India di Balik Kampanye Lifestyle For Environment pada  
Concerence Of The Parties 26

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Juni 2025

Penulis



( Dwi Indah Puspitasari )

## ABSTRACT

**Puspitasari, Dwi Indah.** "India's Nation Branding Efforts Behind the Lifestyle For Environment Campaign at the 26th Conference of the Parties", State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya, 2025.

Global response to LiFE has shown mixed reception, with developing countries welcoming the behavioral-based approach, while developed countries were initially skeptical as they considered it less ambitious than systemic transformation. This study describes India's Interests in its LiFE Initiative. This study was conducted to determine how India's Interests in its initiation of introducing LiFE to the global world at the Conference of the Parties 26. This study uses a descriptive qualitative method. The data for this study were collected through in-depth analysis through literature studies that have been collected from library studies, as well as online data searches and other supporting documents. This study examines India's Lifestyle for Environment (LiFE) movement within Simon Anholt's nation branding framework consisting of strategy, substance, and symbolic action. The results of the study show that India uses LiFE as a diplomatic strategy to build an image as a global environmental leader. This strategy is realized through a long-term vision based on local values, concrete policies in the green sector, and a symbolic launch at COP26 by PM Modi.

**Keywords:** Nation branding, LiFE, India, COP26.

## ABSTRAK

**Puspitasari, Dwi Indah.** “Upaya *Nation Branding* India di Balik Kampanye *Lifestyle For Environment* pada *Conference Of The Parties 26*” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2025.

Respon global terhadap LiFE menunjukkan penerimaan beragam, di mana negara berkembang menyambut positif pendekatan berbasis perilaku, sementara negara maju awalnya skeptis karena menganggapnya kurang ambisius dibanding transformasi sistemik. Penelitian ini mendeskripsikan Kepentingan India dalam Inisiasinya pada LiFE. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Kepentingan yang dimiliki India atas inisiasinya dalam memperkenalkan LiFE di dunia global pada saat *Conference of the parties 26*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data penelitian ini dikumpulkan melalui analisis mendalam melalui studi literatur yang telah dikumpulkan dari studi pustaka, serta penelusuran data daring dan dokumen-dokumen pendukung lainnya, Penelitian ini mengkaji gerakan *Lifestyle for Environment* (LiFE) India dalam kerangka *nation branding* Simon Anholt yang terdiri dari strategi, substansi, dan tindakan simbolik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa India menggunakan LiFE sebagai strategi diplomasi untuk membangun citra sebagai pemimpin lingkungan global. Strategi ini diwujudkan melalui visi jangka panjang berbasis nilai lokal, kebijakan konkret di sektor hijau, serta peluncuran simbolik di COP26 oleh PM Modi.

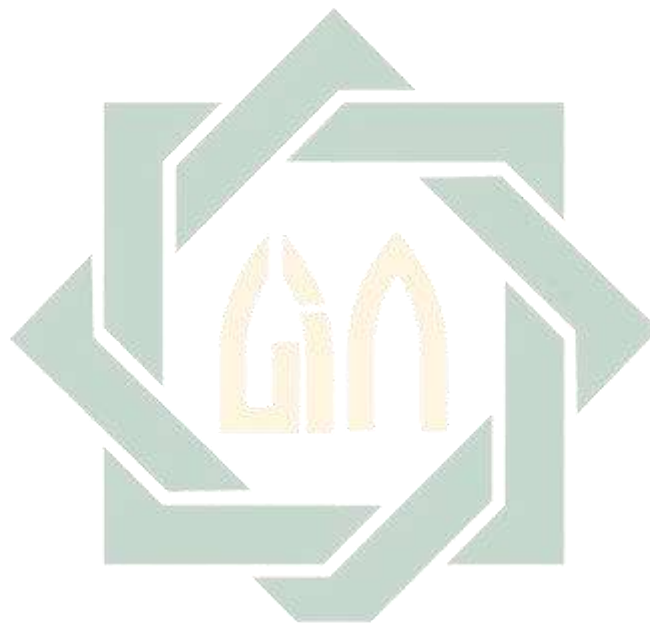
**Kata kunci:** Nation branding, LiFE, India, COP26.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

|                                                      |            |
|------------------------------------------------------|------------|
| <b>PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI .....</b>    | <b>ii</b>  |
| <b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>             | <b>iii</b> |
| <b>PENGESAHAN .....</b>                              | <b>iv</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b> | <b>v</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>                                   | <b>vi</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                | <b>vii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                           | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                               | <b>xii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                           | <b>xiv</b> |
| <b>BAB I.....</b>                                    | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah.....                       | 1          |
| B. Fokus Penelitian .....                            | 9          |
| C. Tujuan Penelitian.....                            | 10         |
| D. Manfaat Penelitian.....                           | 10         |
| 1. Manfaat Akademis .....                            | 10         |
| 2. Manfaat Praktis .....                             | 10         |
| E. Kajian Pustaka.....                               | 11         |
| F. Sistematika Penulisan Skripsi .....               | 28         |
| <b>BAB II .....</b>                                  | <b>30</b>  |
| A. Definisi Konseptual.....                          | 30         |
| B. Landasan Konseptual <i>Nation Branding</i> .....  | 37         |
| C. Argumentasi Utama.....                            | 39         |
| <b>BAB III.....</b>                                  | <b>41</b>  |
| A. Jenis dan Masalah Penelitian.....                 | 41         |
| B. Unit dan Perangkat Analisis .....                 | 42         |
| C. Situasi Sosial, Sampel, dan Teknik Sampling ..... | 43         |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                     | 44         |
| E. Teknik Analisis Data .....                        | 45         |
| F. Teknik Validasi Data.....                         | 46         |
| <b>BAB IV .....</b>                                  | <b>48</b>  |

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| A. Strategi India dalam Nation Branding melalui LiFE.....            | 48        |
| B. Substansi: Kebijakan dan Implementasi LiFE .....                  | 55        |
| C. Tindakan Simbolik: Komunikasi dan Representasi Internasional..... | 68        |
| D. Respon Internasional terhadap Gerakan LiFE.....                   | 88        |
| <b>BAB V .....</b>                                                   | <b>95</b> |
| A. Kesimpulan.....                                                   | 95        |
| B. Saran.....                                                        | 96        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                           | <b>99</b> |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| gambar 1 : gambar grafik jumlah Masyarakat India 1960 hingga 2023 .....                     | 4  |
| gambar 2: gambar 3 visi dari LiFE .....                                                     | 34 |
| gambar 3: Gambar lingkaran 7 tema dari LiFE .....                                           | 36 |
| gambar 4: gambar iklan 21 Days Challenge .....                                              | 57 |
| gambar 5: gambar kalender daftar kegiatan 21 Days Challenge.....                            | 58 |
| gambar 6 : gambar Masyarakat India melakukan kegiatan memungut sampah ...                   | 59 |
| gambar 7 : gambar Masyarakat India melakukan kegiatan menanam tumbuhan .                    | 60 |
| gambar 8 : gambar Masyarakat India melakukan kegiatan bersepeda.....                        | 61 |
| gambar 9 : gambar iklan aplikasi Meri LiFE .....                                            | 62 |
| gambar 10: gambar pidato PM Narendra Modi memperkenalkan LiFE dalam COP 26 di Gasglow ..... | 78 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- “Alliance of Small Island States (AOSIS) | Springerprofessional.De.” Diakses 26 Mei 2025. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-41021-6\\_4](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-41021-6_4).
- Anholt, Ipsos. “Nation Brands Index (NBI),” 2021.
- Anholt, Simon. “Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations.” Dalam *Brands and Branding Geographies*, disunting oleh Andy Pike. Edward Elgar Publishing, 2011. <https://doi.org/10.4337/9780857930842.00027>.
- “COP 26 Speeches and statements | UNFCCC.” Diakses 22 April 2025. <https://unfccc.int/cop-26/speeches-and-statements>.
- Das Gupta, Mitali. “Impact of lifestyle pattern on energy consumption and carbon emissions – A view from India.” *Jordan International Energy Conference 2011- Amman*, 2011. <https://www.jeaconf.org/UploadedFiles/Document/b4ceee96-f5bd-470a-8df7-504bd7d59cc2.pdf>.
- Dev, Mallika. “Indian Culture and Lifestyle for Environment Conservation: a Path Towards Sustainable Development.” *International Journal on Emerging Technologies* 8, no. 1 (2017): 256–60. <https://www.researchtrend.net/ijet/pdf/51-%20163%20International%20Journal%20on%20Emerging%20Technologies%207.pdf>.
- Direktorat Jenderal Pengendalian Perubahan Iklim Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. *PERUBAHAN IKLIM, PERJANJIAN PARIS, DAN NATIONALLY DETERMINED CONTRIBUTION*, 2016.
- Environment, U. N. “Emissions Gap Report 2024 | UNEP - UN Environment Programme,” 17 Oktober 2024. <https://www.unep.org/resources/emissions-gap-report-2024>.
- European Commission. “Climate Change Adaptation Mission Implementation Plan,” 2021. [https://research-and-innovation.ec.europa.eu/system/files/2021-09/climat\\_mission\\_implementation\\_plan\\_final\\_for\\_publication.pdf](https://research-and-innovation.ec.europa.eu/system/files/2021-09/climat_mission_implementation_plan_final_for_publication.pdf).
- Goertz, Gary, dan James Mahoney. *A Tale of Two Cultures: Qualitative and Quantitative Research in the Social Sciences*. Princeton University Press, 2012. <https://www.jstor.org/stable/j.cttq94gh>.
- Gupta, Veenu, dan Nidhi Gupta. “India’s Target to Be a Carbo-Free Country: ‘Life’ (Lifestyle for the Environment).” *DME Journal of Management* 3, no. 01 (2022): 64–70. <https://doi.org/10.53361/dmejm.v3i01.10>.
- Harris, Paul G. “COP26: The Eternally Weak Pulse of Climate Diplomacy, and What Needs to Change.” *PLOS Climate* 1, no. 3 (1 Maret 2022): e0000019. <https://doi.org/10.1371/journal.pclm.0000019>.
- Hutton, H. “What Is COP?” Text, 13 Oktober 2022. <https://www.cisl.cam.ac.uk/cop-climate-change-conference>.
- IEA. “Net Zero by 2050 – Analysis,” 18 Mei 2021. <https://www.iea.org/reports/net-zero-by-2050>.

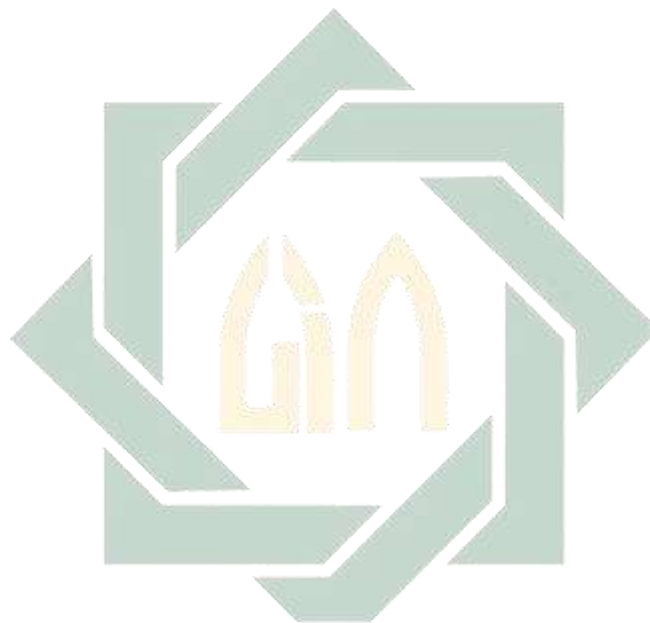
- “India at COP27 highlighted the foundational principles of equity and common but differentiated responsibilities and respective capabilities (CBDR-RC).” Diakses 27 Mei 2025.  
<https://www.pib.gov.in/www.pib.gov.in/Pressreleaseshare.aspx?PRID=1895858>.
- “India’s Sprawling Climate Diplomacy – NUS Institute of South Asian Studies (ISAS).” Diakses 22 April 2025.  
<https://www.isas.nus.edu.sg/papers/indias-sprawling-climate-diplomacy/>.
- International Relations BINUS University. “Apa Signifikansi COP26 di Glasgow Terhadap Komitmen Tindakan Iklim Global? Peneliti Indonesian Youth Diplomacy Berbagi Kepada Mahasiswa HI Binus.” Diakses 22 April 2025.  
<https://ir.binus.ac.id/2022/01/26/apa-signifikansi-cop26-di-glasgow-terhadap-komitmen-tindakan-iklim-global-peneliti-indonesian-youth-diplomacy-berbagi-kepada-mahasiswa-hi-binus/>.
- “Internationalizing Lifestyles For Environment: Messages For G20.” Diakses 27 Mei 2025. <https://www.terin.org/policy-brief/internationalizing-lifestyles-environment-messages-g20>.
- J, David Singer. *International Conflict Three Levels of Analysis*. Vol. 12. World Politics, 1960. <https://doi.org/10.2307/2009401>.
- “LiFE in the city: Behavioural changes can drive urban sustainability goals - ScienceDirect.” Diakses 22 April 2025.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275124003779>.
- “LiFE STYLE FOR ENVIRONMENT MISSION AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY | International Journal for Research Publication and Seminar.” Diakses 22 April 2025.  
<https://jrps.shodhsagar.com/index.php/j/article/view/1417>.
- “LiFE-21 Day Challenge | MyGov.in.” Diakses 23 Mei 2025.  
<https://www.mygov.in/group/life-21-day-challenge/>.
- “Lifestyle for the Environment Pledge.” Diakses 23 Mei 2025.  
<https://pledge.mygov.in/life-movement/>.
- Mahotsav, Amrit. “Lifestyle for Environment (LiFE) | Azadi Ka Amrit Mahotsav, Government of India.” Azadi Ka Amrit Mahotsav, Ministry of Culture, Government of India. Diakses 22 Mei 2025.  
<http://amritmahotsav.nic.in/lifestyle-for-environment-life.htm>.
- Matthew B. Miles, in A, Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. 2000 ed., 2007.
- Mckee, Patrick. “What is the UN COP Climate Change Conference? | Office of Sustainability,” 22 Juni 2023. <https://sustainability.uconn.edu/what-is-the-un-cop-climate-change-conference/>.
- Mehta, Shashank. “COP26 and Commitment of India.” *Geodiversity And Impact On Environment Jnu-Eiacp Jawaharlal Nehru University*, Februari 2022. [https://www.researchgate.net/publication/359338088\\_COP26\\_and\\_Commitment\\_of\\_India](https://www.researchgate.net/publication/359338088_COP26_and_Commitment_of_India).
- “Meri LiFE - A digital innovation platform for youth to lead environmental change.” Diakses 22 April 2025.  
<https://www.unicef.org/digitalimpact/meri-life>.

- Ministry of External Affairs, Government of India. "National Statement by Prime Minister Shri Narendra Modi at COP26 Summit in Glasgow." Diakses 22 April 2025. <https://mea.gov.in/Speeches-Statements.htm?dtl/34466/National+Statement+by+Prime+Minister+Shri+Narendra+Modi+at+COP26+Summit+in+Glasgow>.
- "Mission LiFE – Lifestyle for Environment (Ministry of Environment, Forest and Climate Change)." ministry of information and broadcasting government of India, t.t. <https://static.pib.gov.in/WriteReadData/specificdocs/documents/2022/nov/doc2022119122601.pdf>.
- "Mission LiFE: A Behavioural Framework | IBEF." Diakses 21 April 2025. <https://www.ibef.org/blogs/mission-life-a-behavioural-framework>.
- Nations, United. "COP26: Together for Our Planet." United Nations. United Nations. Diakses 21 April 2025. <https://www.un.org/en/climatechange/cop26>.
- Navroz K, Dubash. "CLIMATE POLITICS IN INDIA: HOW CAN THE INDUSTRIALIZED WORLD BRIDGE THE TRUST DEFICIT?," t.t. <https://www.sustainablefutures.org/wp-content/uploads/2024/03/Climate-Politics-in-India-How-can-the-Industrialised-World-Bridge-the-Trust-Deficit.pdf>.
- NITI AYOJ, Ministry of environment, forest and climate change government of India. "Lifestyle For Environment," t.t. <https://www.niti.gov.in/sites/default/files/2022-10/Brochure-10-pages-op-2-print-file-20102022.pdf>.
- "PM launches Mission LiFE at Statue of Unity in Ekta Nagar, Kevadia, Gujarat." Diakses 22 Mei 2025. <https://www.pib.gov.in/www.pib.gov.in/Pressreleaseshare.aspx?PRID=1869466>.
- Rahayu, Sri, dan Reni Kristina Arianti. "PERSEPSI NATIONAL BRANDING SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KINERJA EKSPOR KE JEPANG DAN AUSTRALIA." *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 8, no. 2 (31 Desember 2014): 183–208. <https://jurnal.kemendag.go.id/index.php/bilp/article/view/82>.
- "Sharm el-Sheikh Climate Change Conference - November 2022 | UNFCCC." Diakses 3 Juni 2025. <https://unfccc.int/cop27>.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007, hlm. 60*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- "The Paris Agreement | UNFCCC." Diakses 21 April 2025. <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement>.
- UNDP. "Green Development and Lifestyles for Environment." Diakses 26 Mei 2025. <https://www.undp.org/speeches/green-development-and-lifestyles-environment>.
- Wang, Yi, Yuxuan Liu, dan Baihe Gu. "COP26: Progress, Challenges, and Outlook." *Advances in Atmospheric Sciences* 39, no. 8 (2022): 1209–16. <https://doi.org/10.1007/s00376-022-2097-z>.

World Bank Open Data. "World Bank Open Data." Diakses 21 April 2025.

<https://data.worldbank.org>.

Yamin, Muhammad. "IMPLEMENTASI KONSEP NATION  
BRANDINGHOLT DALAM PENYELENGGARAAN ASIAN  
GAMES JAKARTA- PALEMBANG 2018." *Indonesian Journal of  
International Relations* 4, no. 2 (5 Juni 2020): 114–41.  
<https://doi.org/10.32787/ijir.v4i2.122>.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A