

**ANALISIS DIPLOMASI PUBLIK TIONGKOK DI INDONESIA PADA MASA
PEMERINTAHAN XI JINPING**

SKRIPSI



Oleh:

ADELIA RAHMAWATI

14323090

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA**

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh :

ADELIA RAHMAWATI

14323090

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Analisis Diplomasi Publik Tiongkok di Indonesia Pada Masa Pemerintahan Xi Jinping

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional

Pada Tanggal

10 Juni 2021

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia




Ketua Program Studi


Hangga Fathana, S.IP., B.Int St.,M.A.

Dewan Penguji

1. Enggar Furi Herdianto, S.IP.,M.A.
2. Karina Utami Dewi, S.IP.,M.A.
3. Masitoh Nur Rohma, S.Hub.Int.,M.A.

Tanda Tangan

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Adelia Rahmawati
No. Mahasiswa : 14323090
Program Studi : Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Analisis Diplomasi Publik Tiongkok di Indonesia Pada Masa Pemerintahan Xi Jinping

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindakan pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai peneliti, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 16 Juni 2021

Yang menyatakan



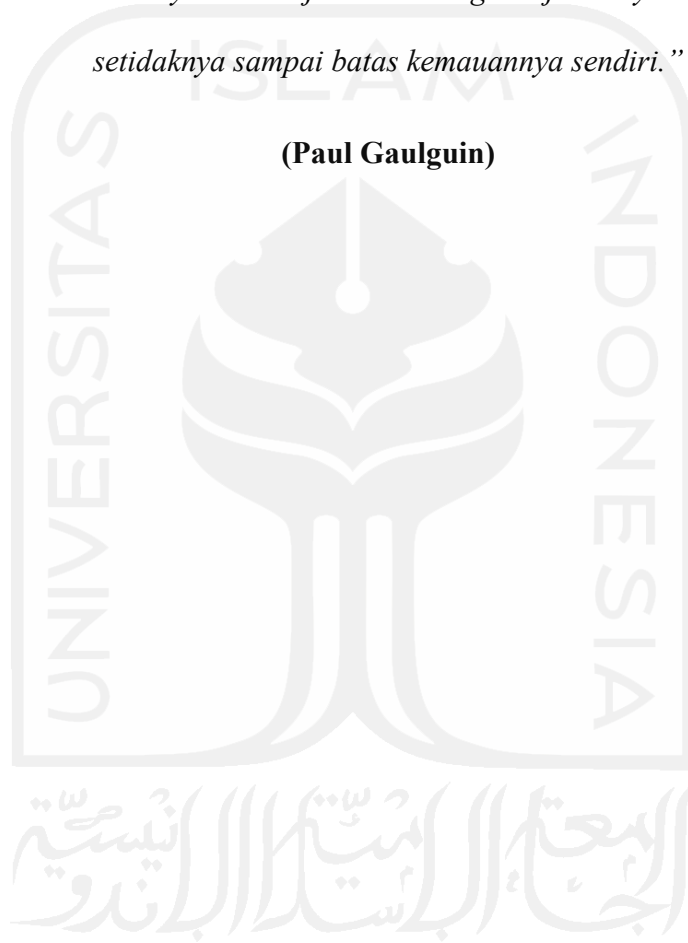
HALAMAN MOTO

“Sesungguhnya didalam kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah ayat 6)

*“Hidup tidak ada artinya kecuali jika seseorang menjalaninya dengan kemauan,
setidaknya sampai batas kemauannya sendiri.”*

(Paul Gaulguin)



PRAKATA

Segala puji dan syukur di panjatkan untuk Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala nikmat dan karunia-Nya yang turut serta memberikan kelancaran maupun kemudahan untuk menyelesaikan penelitian ini. Tak lupa pula peneliti mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hangga Fathana, S.IP., B. Int.ST., M.A selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Enggar Furi Herdianto, S.IP., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis. Terimakasih atas segala ilmu, saran, arahan serta kesabaran dalam menghadapi saya. Mohon maaf sebesar-besarnya atas kesalahan yang pernah saya buat terhadap bapak.
3. Seluruh dosen Program Studi Hubungan Internasional serta civitas akademika Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia atas setiap ilmu yang diberikan kepada peneliti selama menempuh masa perkuliahan sampai saat ini.
4. Kedua orang tua saya ibunda Siti Nurul Hasanah dan ayahanda Syaiful Bahri Berantap, adik saya tercinta Muhammad Rafli yang terus mendukung peneliti dan terus memberikan kasih sayang yang terlimpahkan terhadap peneliti.
5. Seluruh teman-teman saya yang turut membantu saya dalam hal memberikan dukungan maupun kasih sayang terhadap saya.

DAFTAR SINGKATAN



USIA	: United States of Information Agency
BRI	: Belt Road Initiative
ASEAN	: Association of Southeast Asian Nations
CSIS	: Center for Strategic and International Studies
CPIFA	: Chinese People's Institute of Foreign Affairs
UNCLOS	: United Nations Convention on the Law of the Sea
CI	: Confucius Institute
ICJ	: International Court of Justice
BTIP	: Bina Terampil Insan Persada
PBM	: Pusat Bahasa Mandarin
CCOM	: China Conservatory of Music
CGS	: Chinese Government Scholarship
FDI	: Foreign Direct Investment
CCTV	: China Central Television
ICS	: International Continenence Society
AMDAL	: Analisis Mengenai Dampak Lingkungan

SASAC : State-owned Assets Supervision and Administration
Comission of the State Council



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	
HALAMAN MOTO	
PRAKATA.....	
DAFTAR SINGKATAN	
BAB I.....	3
PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Signifikansi Penelitian	6
1.5 Cakupan Penelitian	6
1.6 Kajian Pustaka	6
1.7 Landasan Teori/Konsep/Model	10
1.8 Metode Penelitian	16
1.8.1 Jenis Penelitian.....	16
1.8.2 Subjek Penelitian.....	16
1.8.3 Alat Pengumpul Data.....	17
1.8.4 Proses Penelitian	17
BAB II.....	18
UPAYA TIONGKOK DALAM MENJALANKAN DIPLOMASI PUBLIKNYA KE INDONESIA DI MASA PEMERINTAHAN XI JINPING	18
2.1 Dinamika Hubungan Tiongkok-Indonesia pada Pemerintahan Xi Jinping	18

2.1.1 Indonesia partner strategis bagi geopolitik serta perekonomian Tiongkok	18
2.1.2 Konflik Indonesia-Tiongkok pada <i>South China Sea</i>	26
2.2 Kebijakan Diplomasi Publik Tiongkok di Indonesia.....	31
2.2.1 Culture atau budaya sebagai diplomasi publik.....	32
2.2.2 Diaspora, diplomasi panda dan media sebagai diplomasi publik Tiongkok	37
BAB III	44
ANALISIS DIPLOMASI PUBLIK TIONGKOK KE INDONESIA DI MASA PEMERINTAHAN XI JINPING.....	44
3.1 News Management	52
3.2 Communication Strategy.....	58
3.3 Relationship Building	66
BAB IV	75
PENUTUP.....	75
4.1 Kesimpulan.....	75
4.2 Rekomendasi Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Presiden Republik Rakyat Tiongkok, Xi Jinping, mengadakan kunjungan ke Indonesia pertama kali pada tanggal 2 sampai 3 Oktober 2013 semenjak menduduki kursi presiden pada Maret 2013 dan ini merupakan kunjungan pertama di negara Asia Tenggara. Hubungan bilateral Indonesia-Tiongkok sendiri sudah berlangsung sejak lama yaitu pada tahun 1950-an dan tentunya banyak mengalami pasang surut menyesuaikan dinamika politik dalam negeri masing-masing negara tersebut.

Dari kunjungan Presiden Xi Jinping terdapat dua perspektif pemberitaan dari media mengenai hasil dari kunjungan Xi Jinping ke Indonesia dan kelanjutan dari hubungan bilateral Indonesia-Tiongkok dan juga terdapat upaya Tiongkok untuk membangun diplomasi bersama Indonesia di masa yang akan datang di masa pemerintahan Xi Jinping.

Menurut pemberitaan *China Daily* yang memfokuskan segala perkembangan positif hubungan kedua negara yaitu Indonesia dan Tiongkok yang diiringi dengan diraihnya berbagai pencapaian penting yang sudah diraih oleh kedua negara yang sedang melakukan diplomasi. Fokus dalam media *China Daily* kebanyakan membahas tentang maksud dari Tiongkok yang datang ke Indonesia untuk

meningkatkan kerjasama bilateral dari “Kemitraan Strategis” menjadi lebih baik yaitu “Kemitraan Strategis yang Komprehensif”.

Selain dari itu, Tiongkok juga memfokuskan isu ekonomi di Indonesia merupakan titik sentral dari hubungan Indonesia-Tiongkok. Posisi Indonesia bagi Tiongkok yaitu sebagai negara terbesar di kawasan Asia Tenggara dan Indonesia yang dipandang sebagai *regional power* yang memiliki signifikansi strategis dan tidak hanya dalam hubungan ekonomi namun juga dalam hubungan politik. XiJinping dalam salah satu pembicaraan di wawancaranya mengatakan bahwa ia bermaksud melakukan keutamaan dalam “Mengedepankan persahabatan tradisional dan rencana kerjasama di masa yang akan datang antar Indonesia maupun Tiongkok”.(Jiao&Yunbi, 2013)

Selain itu, Presiden Republik Rakyat Tiongkok, Xi Jinping memfokuskan kunjungannya ke Indonesia dengan berbagai inisiatif maupun usulan. Dari kunjungan tersebut Indonesia maupun Tiongkok memanfaatkannya untuk melakukan penandatanganan enam perjanjian yang paling utama dalam sektor perekonomian dan adanya lima rencana program pembangunan dalam zona kawasan industri, maritim dan perikanan, budaya, klimatologi dan meteorologi. Indonesia pada posisi ini ditempatkan sebagai salah satu aktor yang berperan aktif untuk mencapai instrumen diplomasi yang damai.(Utomo, 2013)

Di masa pemerintahan Presiden Jokowi saat ini hubungan bilateral Indonesia dan Tiongkok semakin erat terutama dalam kerjasama dalam hal investasi, perdagangan, dan pariwisata. Saat ini Tiongkok tengah menggantikan negara Jepang sebagai mitra dagang terbesar di Indonesia dan menjadikan Tiongkok sebagai

investor asing terbesar ketiga setelah negara Singapura dan negara Jepang. Hal ini dikaitkan kepada penguatan kerjasama bilateral yang mengalami kenaikan level sesungguhnya menjadi *comprehensive strategic* pada perjanjian di tahun 2013 yang telah lalu. Karena menurut ahli Politik Internasional Universitas Padjadjaran, Teuku Rezasyah, perjanjian ini harus diimplementasikan demi tercapainya kesepakatan perjanjian yang ada di tahun 2013 lalu saat Presiden Xi Jinping pertama kali melakukan kunjungan ke Indonesia dan membuat perjanjian untuk hubungan bilateral Indonesia dan juga Tiongkok. (CNNIndonesia, 2019)

Dengan hubungan Tiongkok terhadap Indonesia di masa pemerintahan Presiden Xi Jinping ini, menarik untuk membahas diplomasi publik Tiongkok terhadap Indonesia melihat sejarah hubungan diplomasi Tiongkok-Indonesia yang sempat erat di awal Xi Jinping memerintah kemudian mengalami naik turun karena adanya masalah Laut Tiongkok Selatan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalahnya adalah ‘Bagaimana Strategi Diplomasi Publik Tiongkok terhadap Indonesia pada masa pemerintahan Xi Jinping?’

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis strategi diplomasi publik Tiongkok terhadap Indonesia di era pemerintahan Xi Jinping.
- b. Untuk melakukan analisis hubungan Indonesia dan Tiongkok melalui diplomasi publik.

1.4 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini akan melihat cakupan strategi diplomasi publik Tiongkok di Indonesia. Dalam prakteknya, diplomasi Tiongkok bisa ditemui dalam berbagai bentuk, dimulai dari festival budaya hingga beasiswa. Hal ini menunjukkan keseriusan Tiongkok dalam menjalankan strategi diplomasi publiknya di Indonesia.

1.5 Cakupan Penelitian

Tulisan ini akan berfokus kepada peran strategi diplomasi publik Tiongkok terhadap Indonesia pada masa pemerintahan Xi Jinping. Selain itu tulisan ini akan menganalisis apa dampak dari implementasi diplomasi publik Tiongkok terhadap Indonesia melihatnya dari dua sisi negara baik Indonesia ataupun Tiongkok.

1.6 Kajian Pustaka

Berikut ini merupakan beberapa literatur yang menyinggung masalah strategi Diplomasi Publik Tiongkok.

Dalam buku *Chinese Public Diplomacy: The Rise of Confucius Institute* banyak membahas tentang *China's foreign relations* yang mana juga akan membahas mengenai bangkitnya *Confucius Institute* sehingga menjadikan Diplomasi Publik Tiongkok menjadi lebih luas dan semakin banyak kerjasama yang Tiongkok lakukan di berbagai dunia melalui penyebaran *Confucius Institute* tersebut. Literatur ini membahas bahwa *public diplomacy* harus melakukan kontribusi demi mencapai kemajuan nasional yang menciptakan lingkungan global yang menguntungkan bagi pembangunan ekonomi Tiongkok. Tujuan Tiongkok menggunakan diplomasi publik

adalah untuk memperkenalkan Tiongkok pada dunia. Selain memperkenalkan Tiongkok kepada dunia, Tiongkok juga sedang berusaha untuk membangun citra yang baik di mata internasional dalam menjalankan diplomasi publik dikarenakan selama ini Tiongkok memiliki citra yang buruk di mata internasional. (Hartig, 2016, p. 58)

Dalam buku *China's Soft Power in South Asia* dikatakan bahwa Tiongkok menjadi sebuah ancaman bagi dunia Internasional di bidang perdamaian maupun stabilitas dikarenakan Tiongkok semakin memiliki peran yang aktif dan tegas dalam dunia internasional yang sangat bertentangan dengan peran pasif yang dimiliki olehnya didalam politik dunia sebelum mulainya tanggal pertama di abad ke dua puluh. Tiongkok meyakinkan negara-negara tetangganya walau dunia Internasional banyak yang mengecam Tiongkok sebagai ancaman dengan mengatakan bahwa hal ini bukanlah sebuah ancaman bagi stabilitas negara-negara yang ada di dunia ini serta kebangkitan Tiongkok merupakan sebuah mukjizat terutama dalam hal perekonomian. (Jain, 2017, p. 1)

Dalam *The Global Studies Journal* dijelaskan bahwa bahasa Tiongkok merupakan sumber yang penting untuk Tiongkok melakukan *soft power*-nya. Tiongkok melihat *soft power* juga berlaku untuk politik dalam negeri. Hal ini menyebabkan Tiongkok mengembangkan pandangan tentang *softpower* secara substansial sedikit berbeda dari konsep asli yang dijelaskan oleh Nye tetapi masih memiliki karakteristik keunikannya sendiri. Di dalam jurnal ini juga dijelaskan bahwa hubungan Tiongkok dengan beberapa negara-negara besar cukup buruk walau

Tiongkok sendiri telah melakukan pendekatan dengan *soft power* yaitu menawarkan *Confucius Institute*. Tiongkok telah berhasil membangun *Confucius Institute* pada negara-negara bagian yang ada di Australia. Negara-negara bagian tersebut adalah Perth, Melbourne, Adelaide, Sydney serta Brisbane. Keberhasilan *Confucius Institute* dalam penyebarannya di beberapa negara tidak luput karena bahasa Tiongkok sendiri sedang populer di dunia. (Gill, 2009, pp. 64-67)

Buku *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication* membahas bahwa Tiongkok sedang melakukan strategi besar untuk mempromosikan “keamanan dan membentuk lingkungan yang aman, ekonomi dan politik” untuk melakukan perkembangan pada negaranya. Hal ini dikarenakan Tiongkok memiliki pertumbuhan ekonomi yang mengesankan dalam beberapa tahun terakhir ini yang pasti membuat Tiongkok terlihat jelas hanya memiliki *hard power* dan terus melakukan peningkatan dalam melakukan *hard power*. Tiongkok terlihat tidak menjalankan dan mengembangkan *soft power* yang seharusnya diperlukan untuk mendukung dan mempertahankan strategi pembangunan negaranya. Tiongkok akhirnya berupaya meningkatkan hal tersebut dalam beberapa tahun terakhir dalam “komunikasi eksternal” (*duiwaixuanchuan*) dan diplomasi publik (*gonggong waijiao*) yang mana Tiongkok memiliki harapan untuk menciptakan lingkungan yang memiliki opini internasional yang lebih diinginkan untuk kebijakan maupun tindakannya. Tiongkok memiliki tantangan utama di dunia dalam menjalankan “*soft power*” dikarenakan adanya perpecahan persepsi populer menjadi beberapa bagian. Hal pertama, bagaimana Tiongkok memandang dirinya sendiri dan bagaimana

dunia memandang Tiongkok. Menurut *BBC World Service* tahun 2009 sebagian besar orang Tiongkok memandang pengaruh global terhadap negara mereka dengan positif, akan tetapi masih banyak negara yang masih memiliki pandangan yang negatif tentang Tiongkok. (Wang, 2011, pp. 2-5)

Dalam buku *China's Public Diplomacy* di salah satu bab membahas tentang diplomasi publik Tiongkok di negara-negara Asia dan Afrika. Menurut bahasan buku tersebut, Tiongkok menargetkan kawasan Asia sebagai target untuk melakukan implementasi *China's Public Diplomacy* dikarenakan letak geografis kawasan Asia masih satu wilayah dengan Tiongkok yang juga masih salah satu bagian dari kawasan Asia. Hal ini juga membuat Tiongkok merasa harus menjalin hubungan baik dengan negara-negara di sekitarnya karena penting untuk ekonomi maupun geostrategis negara Tiongkok. Oleh karena itu diplomasi publik Tiongkok mencoba bertujuan untuk meyakinkan para produsen di kawasan Asia bahwa niat Tiongkok adalah dengan cara yang baik dan berdamai sehingga Tiongkok mendapatkan keuntungan dalam regional pertumbuhan perekonomiannya, dan hal ini tentunya membuat Tiongkok menjadi lingkungan yang stabil dan harmonis serta kondusif bagi pembangunan dalam negerinya. Dikarenakan Asia yang tidak homogen membuat pengaruh Tiongkok yang berkembang disana juga berbeda di berbagai sub-kawasan dan negara-negara Asia lainnya sehingga hal tersebut bergantung pada kekuatan ekonomi masing-masing sub-kawasan, serta aliansi politik dan hubungan sejarah mereka dengan Tiongkok. (d'Hooghe, 2015, p. 186)

Dari kajian pustaka yang dituliskan diatas, belum ada yang membahas tentang *Public Diplomacy* Tiongkok terhadap Indonesia di masa pemerintahan Presiden Xi Jinping. Karena kebanyakan kajian pustaka banyak membahas tentang diplomasi publik Tiongkok di negara Asia saja dan tidak ada perincian dalam masa pemerintahan Presiden yang sedang memegang kekuasaan pada saat itu. Beberapa literatur yang ada di kajian pustaka juga tidak banyak membahas apa saja usaha Tiongkok pada masa pemerintahan Xi Jinping dalam melakukan diplomasi publiknya ke negara Indonesia.

1.7 Landasan Teori/Konsep/Model

Dalam penelitian ini landasan teori atau konsep yang digunakan untuk melakukan analisa adalah *Public Diplomacy* yang merupakan salah satu bagian dari teori *Soft Power* yang melihat dari sisi diplomasi Tiongkok ke Indonesia dalam menyebarkan budaya Tiongkok di Indonesia. Dengan menggunakan teori *soft power* dapat dilihat bagaimana upaya dan usaha Tiongkok dalam melakukan diplomasi dalam menyebarkan budayanya melalui diplomasi publik yang dilakukan olehnya.

Berikut tabel yang menjelaskan bahwa teori *public diplomacy* berada di dalam teori *soft power* yang termasuk bagian dari *Government Policies*:

	Behaviors	PrimaryCurrencies	GovernmentPolicies
Soft Power	Attraction Agenda Setting	Values Culture Policies Institutions	Public Diplomacy Bilateral and Multilateral Diplomacy

(Sumber: Joseph S. Nye, 2008 p. 31)

Berdasarkan penjelasan diatas, teori *public diplomacy* yang terdapat didalam teori *soft power* dapat digunakan untuk menjelaskan secara tepat dan relevan terkait Diplomasi Publik Tiongkok terhadap Indonesia pada masa pemerintahan Presiden Xi Jinping.

Dalam melakukan *soft power* sebuah negara demi membangun citra positif dapat dilakukan melalui diplomasi publik. Selain itu, diplomasi publik juga dibutuhkan untuk membentuk opini publik yang kemudian digunakan untuk mencari dukungan di publik. Citra positif yang sudah dibangun oleh sebuah negara menjadikan negara memiliki reputasi di mata publik dan tentunya reputasi ini selalu menjadi hal yang penting dalam perpolitikan dunia, akan tetapi peran dari kredibilitas menjadi kekuatan sumberdaya yang lebih penting dikarenakan adanya "*paradox of plenty*". (*paradox of plenty* didefinisikan sebagai proses dimana kemiskinan parah

dari sebagian besar penduduk dengan melimpahnya sumber daya alam atau mineral yang berharga).(Nye J. J., 2004, pp. 105-108)

Definisi dari diplomasi publik menurut Edward Murrow yang merupakan direktur USIA pada tahun 1963 adalah yang melakukan diplomasi tidak hanya dari segi pemerintah namun juga nonpemerintah seperti individu ataupun organisasi sehingga dapat dikatakan diplomasi publik berbeda dari diplomasi tradisional yang mana diplomasi tradisional tidak melibatkan banyak pihak. Kegiatan dari diplomasi publik ini seringkali menghasilkan pandangan yang berbeda yang kemudian menciptakan opini publik. Dalam menjalankan diplomasi publik, ada beberapa pilar yang perlu diperhatikan. Christopher Ross menjabarkan tujuh pilar atau prinsip pada diplomasi publik, yaitu:

- 1. Ensure understanding of foreign policy audience in the form that it is in reality and not as others say or think;*
- 2. The need for policy explaining, demonstrating and justifying the rationality of its fundamental values;*
- 3. Submission of consistent calls, truthful and convincing the international community are constantly studied;*
- 4. Ability to adapt calls to the target audience, whose constituents;*
- 5. Carrying out activities not only on narrow target segments, but also through mass media print and broadcast aimed at the broad masses;*

6. *Cooperation with various partners to include new representatives of the target audience;*

7. *Communication and active international exchange programs.* (Gurgu & Cociuban, 2016, hal. 134)

Pada dasarnya diplomasi publik juga dapat dilihat sebagai sebuah reaksi terkait dengan kedekatan antar budaya, aktivitas berita dan informasi dan menghasilkan realitas sosial, ekonomi dan politik. (Pajtinka, 2019, hal. 22)

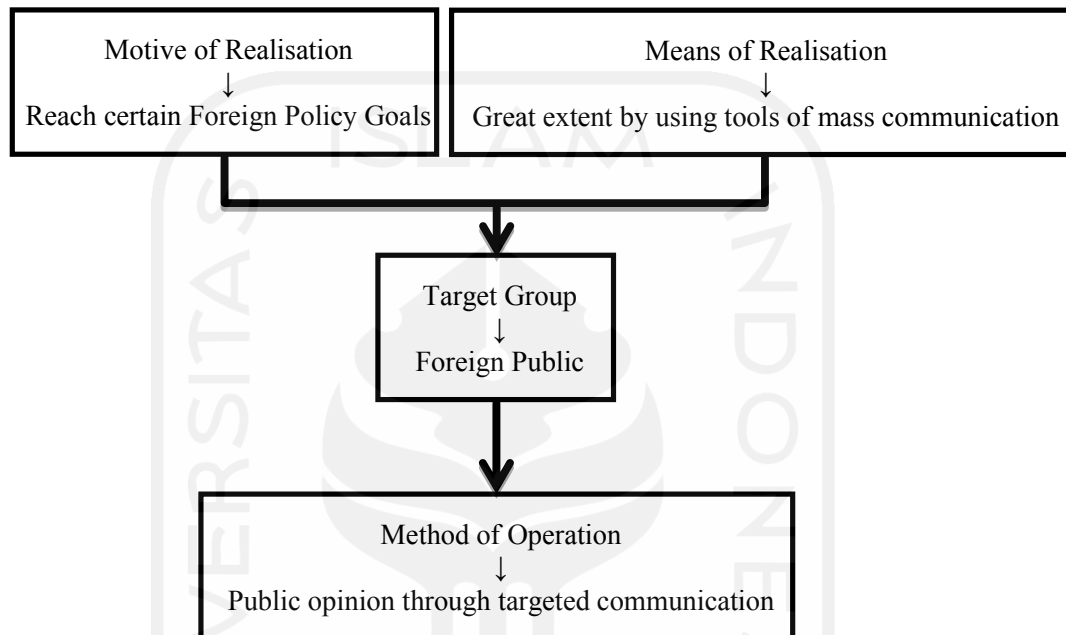
Mark Leonard mengemukakan diplomasi publik sendiri terbagi menjadi tiga dimensi. Dalam dimensi pertama ada “*News Management*” yang mana didalam dimensi ini berhubungan dengan kegiatan pengelolaan warta dan komunikasi pada masalah sehari-hari, yang merupakan cerminan dari meningkatnya kebutuhan untuk menyepadankan komunikasi dengan diplomasi tradisional. Kemudian di dimensi kedua ada “*Strategic Communications*” yang mana didalam dimensi ini berhubungan dengan aktivitas komunikasi yang dilakukan untuk mengatur pesan-pesan taktis yang difungsikan untuk merencanakan rangkaian kegiatan dan kerjasama, baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek, dalam misi memperkuat pesan atau suatu kebijakan tertentu yang ingin disampaikan dan dijalankan pada publik. Terakhir dalam dimensi diplomasi publik terdapat “*Relationship Building*” yang merupakan praktik dari diplomasi publik yang diharapkan dapat memangkas jarak antara pelaku diplomasi dan target dari diplomasi itu sendiri, sehingga dapat tercipta kesepahaman dan gagasan yang lebih jelas mengenai isu tertentu melalui pelaku yang beragam. Penggunaan dimensi ini dimaksudkan pada hubungan berjangka panjang dimana

hubungan dengan orang-orang penting dikembangkan melalui beasiswa, pertukaran, pelatihan, seminar, konferensi, dan lain sebagainya. (Leonard, 2002, pp. 2-20)

Tujuan atau dampak yang mungkin diperoleh melalui aktivitas diplomasi publik, antara lain:

- meningkatkan familiaritas seseorang di suatu negara (membuat mereka berpikir tentang orang tersebut, memperbaharui kesan tentang mereka, mengubah opini buruk sebelumnya)
- meningkatkan apresiasi seseorang terhadap suatu negara (menciptakan persepsi yang positif serta mengajak mereka untuk melihat isu penting dunia dengan perspektif yang sama dengan negara tersebut)
- menciptakan ketertarikan masyarakat terhadap suatu negara (memperkuat ikatan mulai dari bentuk pendidikan hingga kerjasama penelitian; mendorong orang untuk melihat negara tertentu sebagai tujuan yang menarik dalam pariwisata, pendidikan, pembelajaran jarak jauh; mendorong orang untuk membeli produk suatu negara; mengajak orang untuk mengerti dan memakai produk suatu negara)
- memberi pengaruh kepada orang (mendorong perusahaan melakukan investasi, masyarakat menjadi tertarik dan mendukung suatu negara sebagai partner). (Leonard, Public Diplomacy, 2002, hal. 9-11)

Berdasarkan jabaran mengenai diplomasi publik diatas, maka dapat disimpulkan ke dalam suatu alur besar pendekatan diplomasi publik seperti di bawah ini:



Sumber: (Pajtinka, 2019, hal. 26)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka Xi Jinping melakukan sebuah pendekatan publik diplomasi sebagai bagian dari kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan apresiasi, ketertarikan, familiaritas dan pengaruh yang menargetkan masyarakat Indonesia sebagai *means of realisation*. Untuk mencapai tujuan dalam *foreign policy*, Xi Jinping menggunakan *mass media* dan *targeted communication* yang kemudian diterapkan pada tiga dimensi diplomasi publik yaitu

news management, strategic communication dan *relationship building* dengan tetap mengacu pada tujuh pilar dalam diplomasi publik.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penulis akan menggunakan metode kualitatif untuk melakukan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang terkait dengan studi kasus yang terkait dengan menggunakan kajian pustaka dan menggunakan penjabaran yang bersifat deskriptif. (Sugiarto, 2015, p. 8). Untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, penulis akan membagi analisis ke dalam subtopik untuk mengetahui Strategi Diplomasi Publik Tiongkok terhadap Indonesia di masa pemerintahan Xi Jinping.

1.8.2 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah Tiongkok dan Indonesia yang mana penulis ingin melakukan analisa terkait apakah Strategi Diplomasi Publik Tiongkok dalam pengimplementasiannya di dalam hubungan Tiongkok di Indonesia di masa pemerintahan Xi Jinping. Selain itu akan dilihat dari sisi pemerintahan baik Indonesia maupun Tiongkok di masa pemerintahan Xi Jinping yang tak luput menjadi bagian dari cakupan penelitian penulis untuk melihat implementasi dari diplomasi publik itu sendiri.

1.8.3 Alat Pengumpul Data

Pada penelitian ini penulis akan meneliti dan juga mencari data melalui berbagai sumber seperti buku, *googlebooks*, jurnal dan juga website-website resmi dalam proses pengumpulan data yang akan di analisis. Sumber data penelitian ini juga akan menggunakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder adalah sumber data yang masih memiliki relevansi dengan penelitian dan merupakan data kedua setelah data primer dan tidak didapatkan secara langsung. (Bungin, 2005, pp. 25-37)

1.8.4 Proses Penelitian

Pada penelitian ini penulis akan melakukan analisis data dengan menggunakan sumber dari buku dan internet. Penulis juga akan membuat argumen maupun asumsi untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kemudian untuk dijadikan sebuah data ataupun bukti. Selain itu, penulis akan mengelompokkan analisa dari dampak ataupun kebijakan dari pemerintah masing-masing negara baik Tiongkok maupun Indonesia. Data yang telah didapatkan kemudian akan dikelola dan kemudian akan ditarik kesimpulan terkait data yang telah dikumpulkan dan telah diteliti sebelumnya. Analisa penelitian ini tentunya akan dibagi dalam beberapa subtopik dan ditulis dengan bahasa yang baku dan mudah dipahami.

BAB II

UPAYA TIONGKOK DALAM MENJALANKAN DIPLOMASI PUBLIKNYA KE INDONESIA DI MASA PEMERINTAHAN XI JINPING

Hubungan bilateral Indonesia-Tiongkok sendiri sudah berlangsung sejak lama yaitu pada tahun 1950-an dan tentunya banyak mengalami pasang surut menyesuaikan dinamika politik dalam negeri masing-masing negara tersebut.

Dari kunjungan Presiden Xi Jinping terdapat dua perspektif pemberitaan dari media mengenai hasil dari kunjungan Xi Jinping ke Indonesia dan kelanjutan dari hubungan bilateral Indonesia Tiongkok dan juga terdapat upaya Tiongkok untuk membangun diplomasi bersama Indonesia di masa yang akan datang di masa pemerintahan Xi Jinping.

Terdapat beberapa strategi yang dilakukan kedua negara ini dalam membangun diplomasi publik, lebih khususnya strategi Pemerintah Tiongkok pada era Xi Jinping dalam membangun hubungan bilateral dengan Indonesia. Strategi ini akan dijelaskan lebih lanjut dalam BAB II ini yang kemudian akan dibagikan menjadi beberapa sub bab bagian.

2.1 Dinamika Hubungan Tiongkok-Indonesia pada Pemerintahan XiJinping

2.1.1 Indonesia partner strategis bagi geopolitik serta perekonomian Tiongkok

Tiongkok memiliki kebijakan *Belt Road Initiative (BRI)* yang memiliki tujuan untuk memperkuat perekonomian Eurasia dalam aspek infrastruktur, perdagangan

dan investasi yangmana didalam *Belt Road Initiative* memiliki dua komponen yang paling utama yaitu *the Silk Road Economic Belt* dan *The 21st Century Maritime Silk Road*. *The Silk Road Economic Belt* bertugas untuk menjadi jalur darat yang memiliki tujuan untuk menghubungkan provinsi bagian barat Tiongkok dengan Eropa melalui Asia Tengah. *The 21st Century Maritime Silk Road* merupakan jalur laut yang memiliki tujuan menghubungkan provinsi bagian pesisir Tiongkok yang kaya dengan kawasan Afrika dan Asia Tenggara melalui pelabuhan maupun jalur kereta api. *BRI* memiliki ikatan sejarah dengan Indonesia dan saling berkaitan dengan Indonesia. Riwayat hubungan Indonesia-Tiongkok sudah dimulai sejak dinasti Ming berlangsung yaitu pada 1368-1644.

Melalui *BRI*, Indonesia memiliki potensi untuk mendapatkan sumber investasi dan juga dibangunnya infrastruktur maritim yang berasal dari Tiongkok. Tiongkok juga memiliki tawaran khusus untuk Indonesia dengan mengajukan diri sebagai donatur beberapa proyek infrastruktur di Indonesia. (Lema, 2019)

Hubungan Indonesia dan Tiongkok masih tetap terjaga bahkan di masa pandemi COVID-19 saat ini. Tiongkok masih menjadi investor kedua terbesar di Indonesia setelah Singapura dengan nilai investasi sebesar 2,2 miliar dolar AS di tahun lalu pada periode ini dan mengalami kenaikan sebesar 9 persen sejumlah 2,4 miliar dolar AS. Selain itu Tiongkok masih menjadi mitra dagang terbesar di Indonesia yang mana total perdagangan kedua negara pada Semester I tahun 2020 mencapai jumlah 35,6 miliar Dolar AS. (Fitriani, 2020)

Melihat perkembangan hubungan antara Tiongkok dan Indonesia dari berbagai aspek dan bidang di masa pemerintahan Presiden Xi Jinping ini membuat Xi Jinping pernah mengatakan bahwa Indonesia adalah mitra yang strategis yang dapat dipercaya dan Presiden Xi Jinping juga mengatakan bahwa kemitraan strategis komprehensif Tiongkok-Indonesia sangat berkembang dan bisa terlihat di berbagai level pada pertemuannya dengan Presiden Jokowi di tahun 2014 silam.(Tempo.co, 2014)

Jika melihat kilas balik hubungan Tiongkok dan Indonesia, dapat dikatakan bahwa Indonesia juga memiliki peran penting bagi Tiongkok. Dimulai pada era Soekarno yang menjadikan Indonesia dan Tiongkok sebagai tonggak penting. Kemudian di Era Soeharto dimana pada saat itu Tiongkok tengah dikecam oleh Barat setelah peristiwa Tiananmen dan Indonesia melakukan normalisasi hubungannya pada Tiongkok di awal 1990-an dan hal ini sangat bernilai bagi Tiongkok karena normalisasi ini merupakan awal tahapan membuka hubungan ASEAN dengan Tiongkok. Di era Gus Dur, Tiongkok ditetapkan sebagai negara tujuan pertama beliau ke luar negeri dan adanya usulan untuk membentuk poros Jakarta-Beijing-New Delhi. Di era Megawati, Indonesia dan Tiongkok sepakat untuk membentuk forum energi yang merupakan *payung* investasi negara Tiongkok di Indonesia dalam bidang energi. Era Susilo Bambang Yudhoyono dimulainya kemitraan strategis Indonesia dan Tiongkok dan terdapat dua perjanjian penting yang ditandatangani pada saat itu yaitu Kemitraan Strategis pada April 2005, dan kembali ditingkatkan menjadi Kemitraan Strategis Komprehensif pada Oktober 2013. Akibat dari ditandatanganinya dua

perjanjian tersebut, hubungan politik, pertahanan, ekonomi, dan sosial-budaya Indonesia dan Tiongkok semakin meningkat. Di era Jokowi, dikatakan bahwa hubungan Indonesia dan Tiongkok senantiasa mengedepankan prinsip saling menghormati, menghargai, sebagai bangsa yang setara, yang bertanggung jawab atas perdamaian dan stabilitas kawasan dilihat dari hubungan yang telah terjalin selama enam dekade lebih dan membuat Indonesia dan Tiongkok saling berperan penting satu sama lain. (ANTARANEWS, 2015)

Pada umumnya terlihat sangat mudah untuk membangun citra yang baik antar negara termasuk yang dilakukan Indonesia dan Tiongkok yaitu dengan menggunakan sektor pariwisata dikarenakan banyak orang yang suka bepergian untuk sekedar berjalan atau melakukan kepentingan lainnya seperti belajar, hal ini tentu saja akan mempengaruhi sektor perekonomian kedua negara ini satu sama lain dikarenakan jika meningkatnya wisatawan dari negara lain datang, maka pendapatan suatu negara akan bertambah.

Tentunya dalam aspek budaya, Indonesia dan Tiongkok memiliki beberapa kemiripan satu sama lain karena keduanya adalah negara yang besar serta bentuk adat istiadat beserta tradisi masyarakatnya berbeda-beda menurut geografi dan etnis. Banyaknya adat istiadat yang berbeda dalam suatu negara ini merupakan salah satu cara bagi kedua negara ini untuk saling mempromosikan negaranya di tingkat internasional.

Di bidang budaya dan pariwisata, seorang pemuda Indonesia yang sedang melakukan pertukaran pelajar di Tiongkok dikatakan dapat lebih mempromosikan

budaya Indonesia, sehingga hal tersebut merupakan salah satu cara terbaik untuk membuat kedua negara menjalani hubungan dan untuk lebih mengetahui kedua negara satu sama lain. Untuk setiap tahunnya, Tiongkok memilih untuk melakukan destinasi wisata ke Indonesia dikarenakan terdapat budaya Tionghoa yang terkenal di Indonesia, sebab sejarah memperlihatkan banyaknya budaya Tionghoa yang hidup di Indonesia yang mana Tionghoa ini masih berkaitan dengan Tiongkok. Sektor pendidikan dan pariwisata yang saling berkaitan ini merupakan salah satu fondasi bagi *people to people relation*, ujar seorang pembicara menyimpulkan dalam seminar hubungan bilateral Indonesia-Tiongkok yang keenam yang telah diselenggarakan oleh *Center for Strategic and International Studies (CSIS)* dan *Chinese People's Institute of Foreign Affairs (CPIFA)* di Jakarta. Hubungan *people to people relation* melalui pertukaran pelajar dan pariwisata merupakan kunci dalam kesalahpahaman terkait perlakuan Tionghoa di Indonesia ataupun terhadap Muslim yang ada di Tiongkok.

Di era pemerintahan Jokowi terlihat bahwa pemerintah sedang berusaha untuk semakin memperkuat hubungan dengan negara lain menggunakan sistem pemasaran melalui sektor pariwisata demi meningkatkan kemajuan ekonomi Indonesia yang tentunya menjadikan Tiongkok sebagai pasar wisata terbesar bagi Indonesia. Indonesia mengerti bahwa mendongkrak sektor wisata lebih baik dalam mempererat hubungan Indonesia-Tiongkok dikarenakan kelompok wisatawan terbesar berasal dari Tiongkok, sehingga sangat penting bagi Indonesia untuk menarik Tiongkok agar

selalu datang ke Indonesia setiap tahun dan meningkatkan jumlah wisatawan dari sana.

Bagan I. Kedatangan wisatawan ke Indonesia menurut negara asal



Sources: Indonesia Tourism Ministry based on January-August 2017 data

Bagi Tiongkok sebagai populasi terbesar di dunia, mereka memilih banyak hal yang dapat ditawarkan untuk menarik wisatawan asing agar datang berkunjung ke negaranya. Kemajuan dalam perekonomian, pembangunan infrastruktur, budaya, olahraga, pasar besar dan sebagainya adalah hal yang dimiliki oleh Tiongkok. Keuntungan yang didapatkan oleh Tiongkok di pasar domestik merupakan salah satu dari besarnya populasi di Tiongkok dan membuat Tiongkok beranggapan bahwa sangat penting untuk mengubah industri pariwisata mereka. *The World Tourism Organization* memperkirakan bahwa Tiongkok akan menjadi tujuan perjalanan

terbesar disertai dengan negara yang mendapatkan sumber pendapatan terbesar keempat pada tahun 2020.

Sastra Tionghoa juga terkenal di Indonesia dan merupakan bahasa asing paling terkenal di Indonesia setelah bahasa Inggris dan menempati urutan kedua sebagai bahasa asing yang dapat digunakan oleh sebagian besar orang di dunia. Bukti kuat bahwa bahasa Tiongkok paling terkenal adalah dengan banyak berdirinya pusat bahasa Mandarin yang di buka di Indonesia. Hal ini dikarenakan banyaknya penduduk Tiongkok yang tersebar dimana-mana sehingga membuat banyak orang mengerti serta mempelajari bahasa Mandarin karena keterpaksaan akibat adanya era globalisasi ini.(Umagapi, 2017)

Pada 9 Februari 2018, Li Keqiang sebagai Perdana Menteri Tiongkok yang mengadakan pertemuan dengan Menteri Luar Negeri Indonesia Retno Marsudi di Beijing, mengatakan bahwa Tiongkok ingin bekerja sama dengan Indonesia untuk menghubungkan *Belt and Road Initiative* dengan strategi pembangunan negara Asia Tenggara. Selain itu Tiongkok juga mengajukan kerjasama dengan Indonesia dan anggota ASEAN lainnya untuk membawa hubungan dengan negara-negara tersebut ke tingkat yang lebih baru dan berkontribusi pada perdamaian, stabilitas, pembangunan dan kemakmuran wilayah. (Namibia, 2013)

Menurut Menteri Luar Negeri, Retno Marsudi yang mengatakan bahwa Tiongkok masih tetap menjadi mitra penting bagi Indonesia dan kerjasama ekonomi kedua negara ini bermanfaat bagi kedua belah pihak yang mana ekonomi kedua Indonesia-Tiongkok saling melengkapi satu sama lain serta perdagangan sangat

besar. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa Tiongkok sangat mementingkan pengembangan hubungan dengan Indonesia dengan bekerja sama erat dengan Indonesia dalam pertukaran tingkat tinggi, membuat *Belt Road Initiative* terhubung lebih baik dengan strategi pembangunan Indonesia, mempromosikan lebih banyak kerja sama di bidang-bidang utama seperti infrastruktur dan memberikan kekuatan baru dalam pengembangan hubungan Tiongkok dengan Indonesia.

Investasi dan bantuan dari Tiongkok untuk Indonesia telah meningkat secara signifikan, terutama dalam proyek infrastruktur mulai dari jembatan, dan jalan hingga pembangkit listrik dan kereta api berkecepatan tinggi. Di tahun 2017, Tiongkok adalah investor asing terbesar ketiga di Indonesia dengan nilai investasi sebesar US \$ 3,4 miliar (US \$ 4,5 miliar). Tiongkok dan Indonesia memiliki ikatan ekonomi yang kuat, dengan Tiongkok yang menjadi mitra dagang terbesar di Indonesia. Tercatat pada tahun 2016, perdagangan dua arah melampaui jumlah US \$ 52 miliar dan mencapai US \$ 63,4 pada tahun 2017 yang artinya mengalami peningkatan sebesar 17 persen.(Noi, 2018) Proyek kereta api ini merupakan proyek besar transportasi pertama di Indonesia dan merupakan yang pertama di ASEAN dimana dalam pembangunannya akan menggunakan dana pinjaman dari Tiongkok (Afifah & Bangun, 2019, hal. 413)

2.1.2 Konflik Indonesia-Tiongkok pada *South China Sea*

Beijing memandang Laut Tiongkok Selatan sebagai bagian yang penting dari wilayah maritimnya yang berfungsi tidak hanya sebagai benteng penangkal nuklir di laut yang berbasis di pulau Hainan tetapi juga merupakan pintu gerbang untuk Jalur Sutra Maritim yang merupakan bagian dari *Belt and Road Initiative* Tiongkok. Laut Tiongkok Selatan dinilai sangat penting untuk keberhasilan di masa yang akan datang rencana pembangunan ekonomi Wilayah Teluk Besar Tiongkok yang mana didalamnya terdapat Hong Kong yang turut serta dimasukkan.

Tiongkok memiliki rencana untuk menghuni Laut Tiongkok Selatan dimulai pada tahun 2012 saat “Kota Sansha” yang merupakan pusat administrasi statusnya meningkat naik dari kabupaten ke tingkat prefektur semua fiturnya diklaim oleh Tiongkok di Laut Tiongkok Selatan di Pulau Woody di Paracels. Pemerintah Tiongkok kembali menempatkan komunitas nelayan kecil disana serta membangun banyak fasilitas di Pulau tersebut demi mencapai kepentingan Laut Tiongkok Selatan yang ingin menjadi tujuan Tiongkok. (BBCNEWS, 2020)

Selain munculnya konflik Laut Tiongkok Selatan, mulai bermunculan kembali rasa sentimen anti-Tiongkok di Indonesia yang sudah ada sejak lama ditambah dengan kasus terbaru yaitu Muslim Uyghur yang di diskriminasi dan diperlakukan tidak baik oleh pemerintah Tiongkok karna kebijakan Tiongkok terhadap Muslim Uyghur. Sentimen anti-Tiongkok sudah ada sejak lama yang mana di Indonesia etnis Tionghoa hanya 1,2 persen dari poulasi negara akan tetapi etnis Tionghoa dapat dikatakan berhasil di Indonesia dalam bisnis dan juga hubungan

historis mereka dengan komunisme yang menjadikan mereka rentan. Sentimen anti-Tiongkok baru baru-baru ini juga dipicu oleh pengaruh perkembangan ekonomi Tiongkok yang bertumbuh dengan baik di Indonesia. (Rakhmat & Aryansyah, 2020)

Media Tiongkok, *China The Global Times* pada 4 Agustus 2020 dilaporkan tengah menuduh Indonesia telah memainkan “trik kecil” dengan tidak mengakui klaim Tiongkok atas Laut Tiongkok Selatan melihat Indonesia sebagai salah satu negara yang tidak ikut menuntut dalam perebutan Laut Tiongkok Selatan di tengah ketegangan yang sedang terjadi di Laut Tiongkok Selatan. (Muhaimin, 2020) Indonesia mengatakan bahwa tidak mengikuti sengketa yang sedang berlangsung dan beranggapan bahwa Kepulauan Natuna tidak pernah diklaim oleh maritim Tiongkok karena kedaulatan Zona Ekonomi Eksklusifnya di Laut Tiongkok Selatan telah mantap dan konsisten sesuai dengan UNCLOS 1982 dan tentunya posisi negara kepulauan di Zona Ekonomi Eksklusif sudah didukung dengan keputusan Mahkamah Internasional (ICJ) di tahun 2016 yang tentunya membuat klaim maritim Tiongkok ditolak secara mutlak. (Yas, 2020) Walaupun mendukung posisi Taiwan, namun tetap ada di posisi yang ingin juga menjaga kepentingan Indonesia (Suryadinata, 2020).

Ketegangan sengketa Laut Tiongkok semakin bertambah ketika awal bulan September 2020 secara dadakan Tiongkok mengirimkan pesawat tempur ke wilayah udara Taiwan di ujung utara Laut Tiongkok Selatan dan mengatakan maksud dari dikirimkannya pesawat tempur tersebut adalah peringatan bagi pulau yang berpemerintahan sendiri itu di klaim Tiongkok sebagai wilayah mereka untuk dikendalikan secara paksa jika dibutuhkan. Selain itu Indonesia turut mengirimkan

sebuah kapal patroli di awal bulan September 2020 untuk menghadapi kapal penjaga pantai Tiongkok yang menghabiskan hampir selama tiga hari di perairan sekitar hak klaim Zona Ekonomi Eksklusif di dekat bagian paling selatan dari klaim Laut Tiongkok Selatan yang menjadi sengketa. (Press, 2020)

Angkatan Laut Indonesia telah melakukan latihan empat hari di Laut Tiongkok Selatan dengan dua puluh empat kapal perang turut berpartisipasi dalam latihan termasuk dua kapal perusak rudal dan empat kapal pengawal. Pelatihan yang berbasis lahan juga turut dimasukkan. Latihan tersebut dilakukan di dekat Kepulauan Natuna, Indonesia karena menurut Indonesia *Nine-dashline* yang ditetapkan oleh Tiongkok tidak sah akibat adanya tumpang tindih dengan peta perbatasan Zona Ekonomi Eksklusif di sekitaran Natuna. Kapal-kapal penangkap ikan Tiongkok dan kapal pemerintah menggunakan bendera Tiongkok telah berulang kali ditemukan membuat Indonesia meningkatkan kewaspadaannya. Latihan yang dilakukan juga memiliki tujuan membangun kemampuan strategis dengan tujuan untuk mempertahankan Natuna. Melalui Sekretaris Jenderal PBB, Indonesia kembali menegaskan bahwa tidak terikat dengan *Nine-dashline* karena Tiongkok yang tidak memiliki dasar hukum Internasional sehingga membuat Jakarta dengan tegas menolak tawaran untuk melakukan rundingan apa yang disebut Beijing sebagai “klaim tumpang tindih”. (Jibki, 2020)

Selain itu Indonesia memperlihatkan keprihatinan atas meningkatnya ketegangan di Laut Tiongkok Selatan dan semakin mendesak Tiongkok untuk mematuhi hukum Internasional, termasuk UNCLOS dalam menyelesaikan sengketa

walaupun posisi Indonesia sebagai negara yang tidak menggugat. Menteri Luar Negeri Indonesia menekankan bahwa berdialog dengan Tiongkok cara terbaik untuk menyelesaikan konflik dan menekankan prinsip konsisten yang telah dianut oleh Indonesia dalam menyikapi perebutan wilayah dan kekuasaan di Laut Tiongkok Selatan adalah dengan cara menghormati hukum internasional karena Indonesia percaya bahwa perdamaian dan stabilitas di kawasan Laut Tiongkok Selatan hanya dapat dipertahankan dengan cara tersebut.(ANTARANEWS, 2020). Walaupun begitu Indonesia dan Tiongkok sama-sama menyatakan bahwa mereka tidak bersengketa atas klaim wilayah Indonesia. Namun Tiongkok hanya melakukan aktivitas memancing di wilayah yang merupakan hak maritimnya (Siregar, 2020).

Tawaran Indonesia terhadap Tiongkok untuk mematuhi hukum internasional tidak didengarkan oleh Tiongkok karena pada kenyataannya Indonesia dan Tiongkok semakin bersitegang akibat area Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia yang masuk didalam arus konflik *Nine-dashline* akibat Tiongkok yang bersikeras menyatakan bahwa itu adalah kawasan mereka sesuai dengan *Nine-dashline* dan kapal-kapal dari Tiongkok semakin melakukan patroli di sekitaran perairan yang berada di Timur kepulauan Natuna dan juga Tiongkok nekat mengambil tindakan menangkap ikan di sekitaran yang masih menjadi Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia dan membuat terumbu karang di daerah tersebut menjadi rusak. (AP, 2020)

Karena adanya bersitegang terkait dengan Laut Tiongkok Selatan dan juga dilakukannya tindakan yang dinilai ekstrem yang dilakukan oleh Tiongkok, pemerintah Indonesia melakukan desakan kepada nelayan lokal untuk berlayar ke

Laut Natuna Utara untuk menangkap ikan serta turut serta membantu menegaskan kedaulatan negara di perbatasan laut utara di tengah klaim teritorial Tiongkok. Setelah sebelumnya dari pihak Presiden Indonesia di tanggal 6 Januari 2020 menegaskan bahwa Indonesia tidak akan melakukan negosiasi dengan pihak manapun terkait kedaulatannya. (Dao, 2020)

Diketahui bahwa nelayan Tiongkok sudah terlihat sejak lama terlibat dalam kegiatan perikanan di perairan dekat kepulauan Nansha merupakan kegiatan yang legal dan sah menurut Geng Shuang sebagai Juru Bicara Kementerian Luar Negeri Tiongkok karena mengklaim hak kedaulatan dan yurisdiksi atas perairan dan pulau-pulau tersebut. Perairan Zona Ekonomi Eksklusif menurut Tiongkok adalah *Traditional Fishing Grounds*. Karena di dalam perairannya kaya akan cumi-cumi, kepiting, lobster yang menghasilkan tangkapan sebesar ratusan ribu ton di setiap tahunnya. (Idrus, 2020)

Karena ketegangan yang terjadi terkait Laut Tiongkok Selatan ini membuat Indonesia maupun Tiongkok saling menekan satu sama lain. Hal ini dapat dilihat bagaimana Tiongkok yang terus-terusan menyalakan kembali ketegangan yang berada di Kepulauan Natuna dan hal tersebut sangat kontraproduktif dengan tujuan diplomatik Beijing. Selain itu, Indonesia juga menekan Tiongkok dengan melakukan strategi maritim yaitu “Poros Maritim Global” di tahun 2014 yang membuat Tiongkok semakin merasa khawatir dan terancam akan posisinya untuk mewujudkan *Nine-dashline*. (Grossman, 2020)

Meskipun tengah mengalami konflik sengketa terkait Laut Tiongkok Selatan, hubungan antara Indonesia dan Tiongkok tetap akrab seperti hubungan pada tahun-tahun sebelumnya bahkan di masa pandemi COVID-19 ini. Di tahun 2020 pada triwulan kedua telah tercatat bahwa Tiongkok mengalami pertumbuhan ekonomi sebanyak 3,2 persen setelah sebelumnya berada di 6,8 persen yang mana diharapkan situasi ini dapat ikut serta meningkatkan dorongan kerjasama antara Tiongkok dan Indonesia. Walau sedang mengalami krisis akibat adanya pandemi COVID-19 saat ini membuat sektor pariwisata mengalami penurunan yang cukup drastis karena berkurangnya wisatawan dari negara Tiongkok. Akan tetapi Indonesia masih terus melakukan kerjasama dalam bidang ekonomi digital dengan Tiongkok agar terus bisa melakukan hubungan kerjasama melalui *e-commerce*, fintech, dan infrastruktur digital yang dilakukan dengan perusahaan-perusahaan besar Tiongkok seperti, ByteDance, MeituanInc, AlibabaAnt Financial, Jumore, JD.com, BaiduInc serta Tencent Holdings Ltd. (Fitriani, 2020)

2.2 Kebijakan Diplomasi Publik Tiongkok di Indonesia

Menurut Presiden Tiongkok Xi Jinping, Tiongkok seharusnya membuka diri kepada dunia luar di tingkatan yang lebih tinggi demi membangun terciptanya keuntungan baru bagi Tiongkok dari kerjasama maupun kompetisi internasional. Kekuatan yang menjadi salah satu alasan penting terdorongnya pembangunan ekonomi Tiongkok adalah dengan membuka diri ke dunia luar. (Kurniawan, 2020) Pada masa pemerintahan Xi Jinping dinilai terasa sangat keras dalam hal kebijakan militer maupun luar negeri Tiongkok yang mana di Laut Tiongkok Selatan, Beijing

terus menerus melakukan pembangunan militerisasi pulau-pulau, terumbu karang, dan pulau kecil yang mana hal tersebut sangat bertentangan dengan putusan mahkamah internasional. Oleh karena itu, Xi Jinping mencoba melakukan pendekatan untuk mendukung klaimnya terhadap Laut Tiongkok Selatan dengan cara meningkatkan kekuatan diplomatik dan militer Tiongkok.(CNN, 2017)

Tiongkok selama ini dikenal sebagai negara yang menjadincaman negara lainnya akibat dominasinya di bidang ekonomi dan lebih sering melakukan *hardpower* dibanding *soft power*. Oleh karena itu Tiongkok mulai menyebarluaskan budayanya untuk menghapus pandangan dunia internasional terhadap Tiongkok yang memperlihatkan bahwa Tiongkok adalah negara penuh masalah dan konflik juga, dengan menyebarluaskan budaya dan nilai-nilainya ke berbagai belahan dunia. Demi melakukan pengembangan media luar negerinya bahkan Tiongkok melakukan investasi besar-besaran dan diketahui sudah menghabiskan total 5 miliar Euro sampai pada tahun 2011 silam.(Hein & Permadi, 2009)

2.2.1 *Culture* atau budaya sebagai diplomasi publik

Berikut ini beberapa upaya yang Tiongkok lakukan untuk menjadikan budaya sebagai diplomasi publik yang dilakukan terhadap Indonesia selama masa pemerintahan Presiden Xi Jinping.

Dalam diplomasi publik tentunya tidak lepas dari budaya untuk menyebarkan pandangan bahwa Tiongkok adalah negara yang turut melakukan kegiatan *soft power* dan tidak hanya melakukan *hard power* saja di Indonesia. Untuk mengenal budaya

Tiongkok ini disediakan institut bahasa di Indonesia yang dikenal sebagai *Confucius Institute*.

Beberapa orang Tiongkok-Indonesia melakukan pemulihan hubungan identitas budaya Tiongkok setelah penghapusan kebijakan anti-Tiongkok di Indonesia, yang mengarah kepada kecenderungan masyarakat Indonesia untuk mempelajari bahasa Tiongkok. Banyak pusat pendidikan bahasa mandarin didirikan di Indonesia yang dimiliki secara pribadi oleh orang Tiongkok-Indonesia yang mempelajari Tiongkok sebelum 1965 atau yang telah mempelajari Tiongkok di luar negeri di Taiwan maupun Singapura.

Peran Tiongkok dalam memberikan pendidikan bahasa mandarin seperti CI di Indonesia datang lebih terlambat pada tahun 2010 dengan perannya yang dimulai secara tidak resmi pada tahun 2007 dengan dana yang khusus kursus bahasa mandarin di Jakarta. Hanban melampirkan kurikulum pendidikannya dengan Jakarta Bina Terampil Insan Persada (BTIP) Kongzi Institute yang berdiri pada tanggal 28 September 2007 dan ditandatangani oleh Duta Besar Tiongkok untuk Indonesia Lan Lijun dengan tidak adanya perwakilan resmi dari mitra Indonesia. Kursus bahasa yang sekarang lebih dikenal dengan *I-Mandarin* masih relatif samar bahkan di kalangan warga Jakarta setempat dengan jumlah siswa terbatas yang diterima setiap tahunnya.

Perjanjian resmi antara Tiongkok dan Indonesia untuk mendirikan CI ditandatangani pada 28 Juni 2010. Setelah sempat mengalami penutupan, saat ini *Confucius Institute* ini terus bertambah menjadi 6 institut yaitu PBM Universitas Al

Azhar, PBM Universitas Maranatha, PBM Universitas Hasanudin, PBM Universitas Malang, PBM Universitas Negeri Surabaya dan PBM Universitas Tanjungpura (Ansori, 2017, hal. 15). Karena minimnya pengetahuan budaya Tiongkok di kalangan masyarakat Indonesia, kedua pihak antara Hanban dan Universitas menyetujui untuk menerjemahkan CI ke Pusat Bahasa Mandarin (PBM) untuk menghindari kesalahpahaman antara CI sebagai organisasi pendidikan publik dan Konfusianisme sebagai salah satu dari enam agama yang ada di Indonesia atau biasa disebut dengan Kong Hu Cu. CI yang paling layak di Indonesia adalah Pusat Bahasa Mandarin Universitas al-Azhar Indonesia yang telah diberikan gelar sebagai “*Confucius Institute of the Year*” pada tahun 2014 atas prestasinya yang luar biasa. (Ho, 2018, hal. 35-36)

Sebagai contoh *Confucius Institute* sebagai sarana Tiongkok sebagai alat diplomasi publiknya yaitu *Confucius Institute* Universitas Malang mengadakan program *Summer Camp* setiap tahun untuk memperkenalkan budaya Tiongkok kepada pelajar Indonesia. Program ini diadakan di Universitas Guangxi Norma di kota Guilin. Program ini biasanya diadakan selama dua minggu yang mana minggu pertama di dalam kelas dan minggu kedua diadakan diluar kelas. Dampak *Summer Camp* yang diadakan oleh *Confucius Institute* ini menurut para pelajar yang mengikutinya dijelaskan menjadi sembilan kategori. Satu, tanggapan tentang negara Tiongkok yang merupakan bagian dari negara maju dalam perekonomian dan merupakan negara yang komunis serta kurang ramah untuk muslim. Kedua, tanggapan setelah bergabung dengan program ini menguatkan posisi ekonomi dunia

Tiongkok, sebuah negara dengan pemandangan alam yang indah dan orang-orang disana menghargai keragaman akan tetapi serta berpendapat bahwa alat komunikasi sedikit sulit karena tidak semua menggunakan bahasa inggris. Tiga, alasan untuk bergabung dengan programnya adalah mereka ingin lebih tahu mengenai Tiongkok dan mereka menyukai belajar mengenai negara di Asia Timur. Empat, dampak positif dan negatif dari mengikuti program tersebut. Selama program berlangsung para peserta banyak yang mengatakan bahwa mereka mendapatkan kesan yang positif pada sistem belajar yang diperlihatkan terutama dalam hal kunjungan materi budaya dan kegiatan lainnya. Kesan negatif yang diberikan oleh mereka adalah sulitnya menemukan makanan halal disana karena sebagian besar dari mereka beragama muslim. Selain itu para peserta merasa musim panas di Tiongkok lebih panas daripada musim kemarau di Indonesia. Lima, yaitu seluruh peserta mendapatkan manfaat seperti pengalaman, program belajar, dan jaringan yang lebih luas selain itu mereka senang bertemu dengan orang-orang Tiongkok dan belajar bahasa Tiongkok secara langsung. Enam, seluruh responden bersedia mengunjungi Tiongkok kembali apabila mereka mendapatkan kesempatan. Tujuh, peserta mengatakan tertarik untuk belajar tentang Tiongkok. Delapan, tidak memiliki minat untuk menulis tesis yang berhubungan dengan Tiongkok dikarenakan mereka lebih tertarik untuk menelaah dan belajar daripada membuat tesis. Sembilan, para peserta memiliki minat untuk belajar di Tiongkok.

Dari hasil yang didapatkan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa hasil menunjukkan bagaimana dampak kegiatan program *Summer Camp* terhadap citra

Tiongkok. Ada perubahan yang lumayan signifikan dalam citra Tiongkok sebelum dan setelah mereka bergabung dengan kegiatan ini terutama pada hubungan dengan Muslim dan sikap Tiongkok yang lamban. Mereka yang mengikuti program ini beranggapan bahwa orang Tiongkok itu ramah dan bersih. (Effendi & Deniar, 2019, hal. 3-4)

Selain menjalankan *Confucius Institute*, Tiongkok juga melakukan diplomasi publiknya melalui bidang pendidikan. Di awal bulan April 2019, 36 guru seni dari berbagai provinsi di Indonesia turut diundang untuk melakukan pendidikan dan kebudayaan pelatihan komunikasi di *China Conservatory of Music (CCOM)* yang berada di Beijing. Pelatihan atau kursus ini diadakan selama tiga minggu yang mana para guru diajari berbagai aspek budaya Tiongkok seperti opera, musik tradisional dan juga kaligrafi. Sebelumnya beberapa bulan yang lalu tepat pada bulan Januari 2019 diadakan forum kebudayaan Tiongkok-Indonesia pertama kali antara konsulat Tiongkok di Bali, Universitas Peking dan Universitas Udayana. Diadakannya forum kebudayaan tersebut tentunya memiliki tujuan untuk memperkuat ikatan budaya Tiongkok dengan Indonesia.

Kedua kegiatan ini tentunya melambangkan pijakan budaya Tiongkok yang terus berkembang di Indonesia yang semakin diintensifkan sejak dimulainya *Belt and Road Initiative (BRI)* pada tahun 2013 meski masih dengan segala keterbatasan. Pertukaran budaya ini merupakan hal yang penting yaitu sebagai salah satu platform penting untuk mendorong kemitraan dengan negara-negara yang terkena dampak BRI dan Indonesia merupakan salah satunya. (Rakhmat M. Z., 2019)

2.2.2 Diaspora, diplomasi panda dan media sebagai diplomasi publik Tiongkok

Istilah diaspora pada awalnya merujuk kepada orang-orang Yahudi yang tersebar di seluruh dunia tetapi masih mempertahankan identitas mereka yang khusus dan memiliki keinginan untuk pulang. Beberapa sarjana telah mencoba memperbaharui untuk membuat daftar karakteristik dari diaspora akan tetapi mendapat kontra karena kritikan yang lain akibat pendekatan yang seperti itu sebagai esensialisasi diaspora tanpa memperhatikan perubahan mereka. Konsep “diaspora” kini telah diumumkan di luar komunitas diaspora Yahudi, Yunani, dan Armenia untuk merangkul orang-orang yang tersebar jauh dari tempat asalnya. Konsep “diaspora Tionghoa” mengacu pada keturunan Tiongkok yang tinggal di luar Tiongkok daratan, Hong Kong, dan Taiwan terlepas dari kewarganegaraan mereka. Diaspora Tionghoa adalah kelompok kompleks di sepanjang garis generasi, tempat asal, lama tinggal di luar Tiongkok, dan sikap politik dan ideologis. (ZulfikarRahmat, 2019)

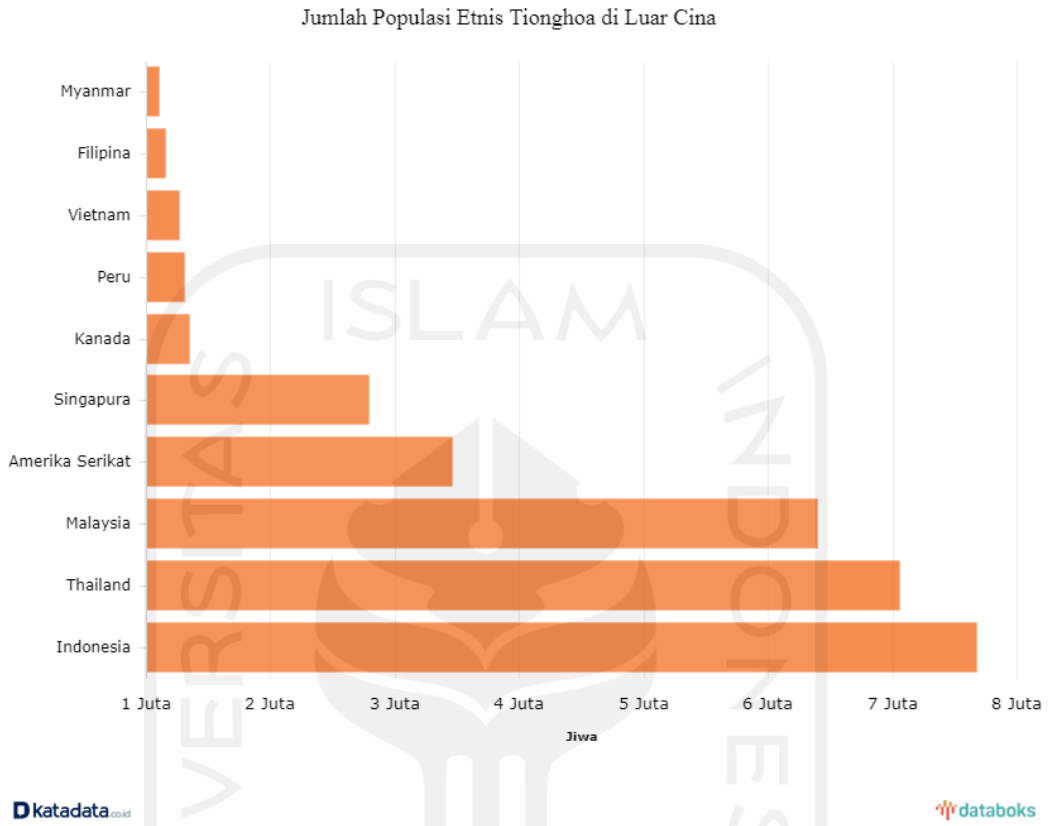
Istilah “diaspora” juga menyiratkan hubungan yang nyata atau khayalan diantara orang Tiongkok yang terpecah-pecah, seperti perwujudan dalam budaya komunitas luar negeri yang sedikit berbeda dan hubungan dekat antara pendatang baru dan Tiongkok. Istilah ini digunakan secara bergantian dengan istilah “Tionghoa di seberang laut,” kecuali untuk terjemahan resmi dari organisasi Tiongkok, dimana “Bahasa Tiongkok perantauan digunakan.”

Terdapat dua gagasan yang berbeda tentang DiasporaTionghoa. Satu sisi mereka dipandang sebagai yang mempunyai wawasan dan pengetahuan yang luas,

dan transnasional yang memiliki identitas yang cair, serta yang lain melihat mereka sebagai nasionalis dengan kesetiaan kepada Tiongkok atau budaya Tiongkok. Beberapa sarjana juga mengkonseptualisasikan bagaimana diaspora Tionghoa menegosiasikan identitas mereka secara bersamaan di tingkat transnasional, nasional, dan lokal. Teknologi komunikasi modern memungkinkan komunitas diaspora, yang oleh Appadurai disebut “trans-bangsa,” untuk memelihara hubungan dekat dengan negara asalnya. Pembentukan komunitas imigran yang cukup besar, didukung oleh surat kabar berbahasa Mandarin, program TV, dan Internet, adalah beberapa faktor yang memungkinkan munculnya nasionalisme baru-baru ini di antara diaspora Tionghoa. (Wang, 2011, hal. 136-138)

Besarnya jumlah penduduk di wilayah Tiongkok membuat Tiongkok memiliki sumber daya manusia yang banyak, khususnya buruh maupun untuk keperluan industri. Hal ini tentunya menjadikan sumber daya manusia relatif murah. Diaspora warga Tiongkok di berbagai dunia tentunya sangat menguntungkan karena menjadi kekuatan yang berperan penting untuk keberhasilan kebijakan politik ekonomi Tiongkok. Berikut data jumlah populasi Etnis Tionghoa di luar Tiongkok yang menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat banyak populasi etnis Tionghoa terbanyak di dunia. (databoks, 2016)

Bagan II. Jumlah Populasi Etnis Tionghoa di Luar Tiongkok



Sumber: (databoks, 2016)

Sejak tahun 2014 hingga 2018 jumlah tenaga kerja asing di Indonesia tercatat sebanyak 38,6%. Tenaga Kerja Asing paling banyak berasal dari Tiongkok di tahun 2017-2018 dengan jumlah mencapai 24.804 setara dengan 3% dari total Tenaga Kerja Asing di Indonesia. Hal ini menjelaskan bahwa dengan banyaknya Tenaga Kerja Asing dari Tiongkok merupakan diaspora Tiongkok yang menjadi salah satu diplomasi publik dari Tiongkok. (CNBC, 2019)

Selain itu Tiongkok juga melakukan pertukaran pelajar dengan memberikan beasiswa kepada siswa Indonesia untuk belajar di Universitas tertentu yang ada di Tiongkok. Beasiswa ini disebut juga sebagai "*Chinese Government Scholarship*" (CGS) mulai diperkenalkan kepada calon kandidat penerima pada tahun 2011. Beasiswa ini diberikan oleh pemerintah Tiongkok melalui *China Scholarship Council* setiap tahunnya. Tiongkok memberikan beasiswa kepada calon sarjana, master, atau doktoral melalui program bilateral CGS dan program pendidikan tinggi CGS. Dalam program bahasa Tiongkok juga memberikan beasiswa melalui *Confucius Institute* di Indonesia. Dengan adanya pertukaran pelajar ini terdapat diaspora Tiongkok di Indonesia yang menjadikan ini sebagai salah satu diplomasi publik Tiongkok ke Indonesia di masa pemerintahan Xi Jinping. (Ho, 2018, hal. 38-39)

Pemerintah Tiongkok menggunakan panda sebagai salah satu alat bantu diplomasi sejak zaman dahulu sebelum pemerintahan Xi Jinping. Hal ini dilakukan oleh Tiongkok sebagai metode diplomasi antara Tiongkok dan juga mitra strategisnya. Awalnya diplomasi panda tercatat pada era setelah 1949 yang terbatas terhadap sekutu komunis, di 1957 dan 1959 ke Uni Soviet lalu pada 1965 ke Korea

Utara. Pada 1972 Tiongkok membuka saluran komunikasi dengan Amerika Serikat dan melakukan pertukaran panda besar dengan hewan lembu Amerika sebagai hadiah. Pemberian hewan sebagai hadiah untuk melakukan diplomasi mendapatkan protes dari publik di tahun 1970-an terutama kalangan aktivis lingkungan dan hak-hak hewan. Tiongkok kemudian merubah program hadiah diplomasi panda menjadi program pinjaman panda di tahun 1984. Konservasi panda yang terancam punah mendapatkan perhatian yang lebih serius dengan mengirimkan sepasang panda untuk kepentingan regenerasi, biaya pemeliharaan panda, serta standar infrastruktur untuk panda di kebun binatang negara yang menjadi tuan rumah.

Tiongkok mengirimkan panda ke Indonesia pada tahun 2017 disusul dengan penguatan hubungan bilateral Tiongkok dan Indonesia. Diplomasi Panda berfungsi sebagai salah satu komponen yang paling baik dalam diplomasi untuk mempromosikan *soft power* Tiongkok, terutama kepada beberapa mitra dagang strategis. Pengakuan panda sebagai binatang yang lucu menjadikan ini sebagai alat diplomatik Tiongkok untuk meningkatkan citra baiknya di luar negeri. (Ho, 2018, hal. 14-18)

Sepasang panda yang dikirimkan ke Indonesia adalah Hu Chun dan Cai Tao memiliki dampak yang cukup besar bagi hubungan bilateral Indonesia-Tiongkok. Hal ini membuat kehadiran dua panda ini terlihat sebagai usaha Tiongkok untuk kepentingan negaranya dalam melakukan *Foreign Direct Investment* tak lupa kebijakan *The Belt and Road Initiative* di Indonesia. Diplomasi Panda ini menjadi persepsi positif masyarakat terhadap hubungan Indonesia dan Tiongkok. Citra yang

sudah terbangun ini juga membuat Indonesia dapat melakukan target demi mendatangkan turis Tiongkok ke Indonesia dengan jumlah sebesar 10 juta turis. Selain itu dengan adanya Diplomasi Panda ini diharapkan investor Tiongkok semakin percaya melakukan investasi di Indonesia. (Muzakki, 2017). Pengiriman panda untuk dipinjamkan ke Indonesia hingga 10 tahun ke depan akan dibantu pengawasannya oleh tenaga ahli langsung dari Tiongkok (Saudale & Siniwi, 2016)

Kemudian dalam hal media, Tiongkok merilis Hi-Indo! TV di Indonesia pada tahun 2015 untuk anak muda Indonesia dengan target pemirsa usia 15-40 sebagai perantara untuk memahami Tiongkok. Wakil Perdana Menteri Liu Yandong yang melakukan peresmian dari saluran TV ini. Hi-Indo TV berisikan sumber dari penyiar negara Tiongkok, *China Central Television (CCTV)*, dan PT. Elnet Media bersama yang mana mereka mempunyai kebebasan untuk memilih program mana yang seharusnya dirasa pantas untuk ditampilkan kepada penonton Indonesia. (Amirio, 2015) Hi-Indo! TV banyak memiliki program TV yang berjumlah sembilan program diantaranya dokumenter, kartun animasi, dan serial tv drama. Semua program TV yang terdapat di Hi-Indo! TV menggunakan bahasa Tiongkok dengan subtitle bahasa Indonesia. Rencana yang akan datang Hi-Indo! TV akan menyiarkan konten lokal Tiongkok serta dengan pengisi suara bahasa Indonesia. (Ho, 2018, hal. 40) Walaupun berasal dari CCTV, namun PT. Elnet Media berhak memilih program yang mereka suka. (Anjaiah, 2015)

Selain itu Tiongkok juga menggunakan koran bahasa Tiongkok di Indonesia untuk mendukung kerjasama ekonomi yang lebih dekat dan memposisikan dukungan

lebih terhadap Tiongkok dalam isu Taiwan. (Suryadinata, 2020) Membangun citra melalui media *news* sangat penting ditengah anggapan diktator terutama untuk membangun citra sebagai negara yang mengadili korupsi, memberikan jaminan kesejahteraan hidup kepada masyarakatnya. (CRIOOnline, 2021) Maupun digunakan juga untuk mengoptimalkan struktur ekonomi milik negara agar lebih kompetitif, inovatif, berpengaruh dan lebih mampu menghadapi risiko. (Nan, 2021)

Media yang digunakan oleh pemerintah Tiongkok bukan hanya media berita namun juga media sosial. Tiktok adalah salah satu media sosial dari Tiongkok yang awalnya berbentuk tarian atau *dance* dengan *background* lagu. Media tersebut saat ini di Indonesia populernya sama dengan Instagram. Platform media sosial ini bahkan sudah memiliki *influencer* di Indonesia yang pengikutnya tidak sedikit seperti contohnya Reyhan Aldaro Samudra yang merupakan salah satu influencer Tiktok di Indonesia yang punya lebih dari 2,4 juta pengikut.(Mulia & Cortese, 2020) Pentingnya platform media yang mudah mendapatkan antusiasme masyarakat, mendorong pemerintah Tiongkok untuk menggunakannya bahkan membangun citranya melalui kerjasama dengan beberapa lembaga Indonesia. (Kominfo, 2018)Hal tersebut nampaknya tidak sia-sia karena pemerintah Indonesia memilih menggunakannya disaat negara lain memiliki sengketa dengan Tiongkok dan memilih menutup Tiktok. (TheJakartaPost, 2020) Bahkan Tiongkok berencana akan memperluas fungsi Tiktok sebagai platform media yang bisa dimonetisasi. (Akhlas, 2019)

BAB III

ANALISIS DIPLOMASI PUBLIK TIONGKOK KE INDONESIA DI MASA PEMERINTAHAN XI JINPING

3.1. Implementasi tujuh pilar diplomasi publik pada masa Xi Jinping.

Diplomasi publik merupakan wujud dari *soft diplomacy* yang tidak hanya melibatkan aktor seperti diplomat sebagai aktor utama. Berbeda dengan diplomasi tradisional yang cenderung formal dan menekankan pendekatan hanya pada pejabat pemerintah, diplomasi publik cenderung bertujuan mencapai kepentingan melalui pendekatan yang cenderung menekankan penciptaan *foreign public opinion*. Pada diplomasi publik meyakini bahwa dengan menciptakan dan meningkatkan ketertarikan masyarakat suatu negara, maka akan mempermudah suatu negara untuk menciptakan relasi yang berkelanjutan dengan negara lainnya yang akhirnya berujung pada tercapainya kepentingan suatu negara. Xi Jinping, menggunakan diplomasi publik dalam politik luar negerinya sebagai wujud dari *soft power* karena Xi Jinping ingin meningkatkan ketertarikan dan ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap Tiongkok. Tentunya hal itu akan berdampak pada hubungan Indonesia dan Tiongkok ke arah perluasan kerjasama kedua negara tersebut. Dalam menerapkan diplomasi publik, Xi Jinping harus memastikan implementasinya sejalan dengan pilar yang ada dalam diplomasi publik. Pilar tersebut digunakan untuk menganalisis apakah kebijakan yang dilakukan Xi Jinping merupakan wujud dari diplomasi publik.

Pada pilar yang pertama, diplomasi publik harus memastikan agar publik sebagai target paham akan kebijakan luar negeri suatu negara. Pada penelitian ini yang dimaksud adalah publik negara lain termasuk Indonesia agar paham akan kebijakan luar negeri Xi Jinping yang mau terkesan menggunakan *soft power*. Demi memastikan publik Indonesia memahami kebijakan luar negeri Tiongkok ke Indonesia, Xi Jinping datang pada 2 oktober 2013 dan menyampaikan pernyataan terbuka kepada masyarakat Indonesia di depan media bahwa Indonesia merupakan mitra penting yang akan terus bergandengan tangan dengan Tiongkok (Oktarianisa, 2020). Dimana hal tersebut sejalan dengan persatuan diantara negara berkembang yang salah satunya bermanfaat bagi perdamaian (Namibia, 2013). Pernyataan terbuka di depan media menunjukkan bagian dari upaya Xi Jinping untuk menjelaskan bahwa Tiongkok memiliki kebijakan luar negeri yang terus mendukung negara berkembang seperti Indonesia melalui kerjasama dengan dasar stabilitas dan perdamaian. Dimana tentunya hal tersebut akan berdampak pada pemahaman publik Indonesia bahwa Tiongkok merupakan salah satu negara yang menggunakan *soft power* dan mengedepankan kerjasama dan stabilitas.

Pada pilar kedua yaitu perlunya menjelaskan dan memberikan justifikasi sesuai dengan nilai yang fundamental terhadap suatu kebijakan, sehingga pada pilar ini secara tidak langsung ingin memberikan suatu justifikasi terhadap kebijakan yang diambil. Xi Jinping menerapkan prinsip pada pilar ini pada kasus terkait Laut Tiongkok Selatan. Pemerintah menempatkan kembali komunitas nelayan kecil di Pulau Woody di Paracels serta membangun beberapa fasilitas di pulau tersebut

(BBCNEWS, 2020) Hal tersebut, merupakan bentuk klaim yang akan membentuk justifikasi publik bahwa daerah tersebut seolah memang milik Tiongkok yang berhak di klaim. Membangun perlahan sebuah justifikasi atas kebijakan yang dilakukan Xi Jinping merupakan upaya untuk membuat publik paham bahwa Tiongkok memang mengklaim apa yang seharusnya menjadi miliknya. Kegiatan perikanan yang dilakukan oleh nelayan tersebut dianggap sebagai sesuatu yang sah karena Tiongkok melalui menteri luar negerinya menyatakan zona tersebut sebagai zona *Traditional Fishing Grounds* mereka (Idrus, 2020). Sehingga seolah perjuangan Tiongkok untuk merebut daerah tersebut sesuai dengan *fundamental value* yang ada dimana merupakan hal yang wajar jika suatu negara mempertahankan wilayah yang menjadi miliknya. Menaruh komunitas nelayan Tiongkok pada daerah tersebut sebagai upaya klaim secara tidak langsung yang diharapkan akan memberikan dampak justifikasi yang berbeda bagi publik dimana hal ini termasuk publik Indonesia yang melihatnya.

Pilar yang ketiga merupakan cara menyampaikan pesan kepada publik secara konsisten dan jujur serta meyakinkan publik dimana dalam hal ini yaitu publik Indonesia. Xi Jinping ditengah ketegangan hubungan terkait dengan konflik Laut Tiongkok Selatan, tetap terus secara konsisten menyampaikan pesan kepada publik Indonesia, bahwa di tengah konfliknya dengan Indonesia, Tiongkok meyakinkan publik bahwa tetap pada prinsip kebijakannya yang mengutamakan hubungan dan kerjasama dengan pemerintah Indonesia. Salah satunya yaitu memperlihatkan komitmennya untuk tetap membantu Indonesia terkait COVID-19 dengan menjadikan Indonesia sebagai pusat produksi vaksin COVID-19 di Asia Tenggara (Ranggasari,

2021). Selain itu Tiongkok juga memperlihatkan komitmennya untuk tetap menjalin kerjasama ekonomi dengan Indonesia melalui investasinya yang menempatkan Indonesia menjadi tempat kedua setelah Singapura dengan total investasi sebesar USD 2,2 miliar dan akan terus mengalami kenaikan hingga pada saat ini kenaikannya mencapai 9% atau naik menjadi USD 2,4 miliar meskipun di tengah memanasnya konflik terkait Laut Tiongkok Selatan (Fitriani, 2020).

Pilar keempat merupakan bentuk yang hampir sama dengan pilar ketiga, dimana pada pilar keempat yaitu lebih mengarahkan target audensinya ke target yang lebih spesifik. Dengan terus memperkenalkan kerjasama dengan Indonesia terkait infrastruktur digital melalui *e-commerce* dan *fintech* merupakan wujud usaha Xi Jinping menarik perhatian publik Indonesia di bidang teknologi sebagai dukungannya terhadap gabungan kemajuan teknologi dan ekonomi (Fitriani, 2020). Secara tidak langsung akan memberikan harapan publik Indonesia melalui kerjasama tersebut agar mempermudah aktivitas perekonomian Indonesia seperti halnya Tiongkok. Dimana Tiongkok, berhasil dilihat oleh publik Indonesia sebagai negara yang berhasil memajukan dan mensinergikan aktivitas ekonomi skala besar dan kecil melalui teknologi. Hal tersebut merupakan bagian dari wujud pilar diplomasi publik, dimana Tiongkok selama ini berusaha menanamkan ide dan perspektifnya dalam ekonomi melalui sistem teknologi yang terintegrasi.

Pada pilar kelima, yaitu melakukan segala aktifitas tidak hanya melalui segmen tertentu tetapi juga melalui media cetak atau media skala besar lainnya. Dalam hal ini, Xi Jinping memanfaatkan mediasosial seperti TikTok untuk

meningkatkan ketertarikan publik Indonesia terhadap aplikasi media sosial atau produk buatan Tiongkok. Bahkan saat ini, media tersebut mampu menjadi salah satu sarana aktivitas ekonomi di Indonesia yaitu terkait dengan iklan atau *endorsement*. Saat ini Tiktok pun sudah memiliki banyak *influencer* dimana bahkan salah satu *influencer* Tiktok sudah mempunyai 2,4 juta pengikut (Mulia & Cortese, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa pada implementasi pilar ini, Tiongkok menggunakan aplikasi media sosial sebagai *broad masses* dalam mencapai tujuan kebijakan luar negerinya.

Pada pilar keenam yaitu menjalin kerjasama dengan banyak pihak sebagai target publik yang lebih luas lagi. Pada pilar ini, ada beberapa hal yang dilakukan oleh Xi Jinping dalam rangka memperluas target publiknya yaitu salah satunya dengan mengirimkan panda ke Indonesia untuk memperkenalkan hewanyang menjadi salah satu maskot diplomatik negara Tiongkok ke publik Indonesia (Muzakki, 2017). Hal ini dilakukan agar secara perlahan menarik minat publik Indonesia lainnya untuk mengenal Tiongkok lebih dalam. Secara tidak langsung juga memperluas target diplomasi publiknya hingga ke peneliti di Indonesia, sehingga secara tidak langsung peneliti Indonesia akan bekerjasama dengan peneliti Tiongkok terkait panda dan kemudian diharapkan melalui penelitian bisa menarik peneliti Indonesia untuk mengenal budaya Tiongkok.

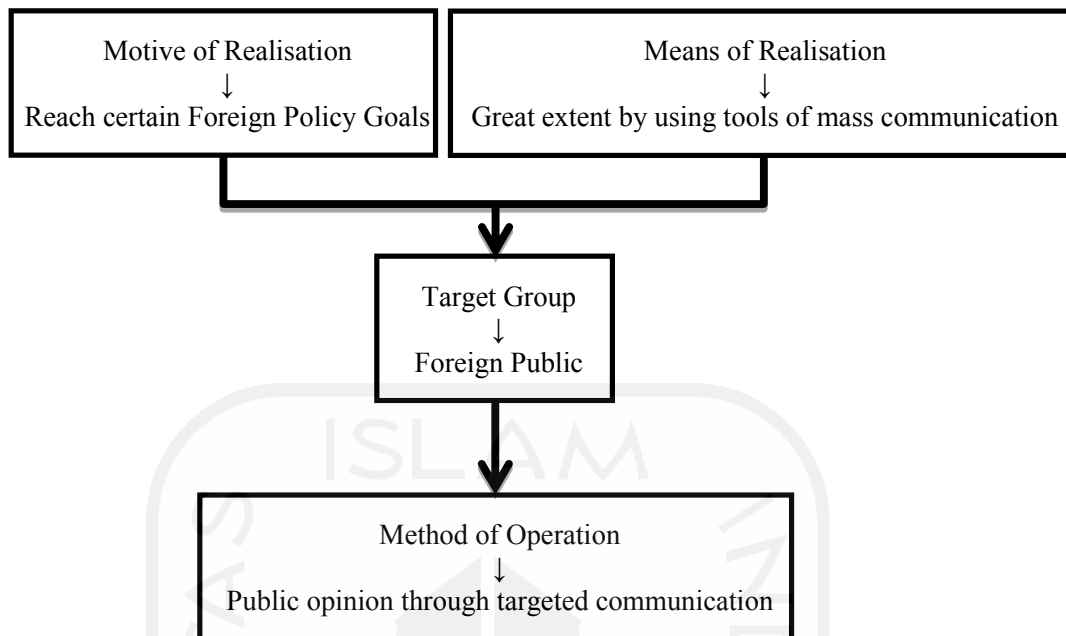
Pada pilar terakhir yaitu pilar ketujuh yaitu mengimplementasikannya ke dalam program pertukaran aktif. Hal ini, salah satunya dilakukan oleh Xi Jinping melalui pertukaran pelajar Indonesia dan Tiongkok dengan beasiswa "*Chinese*

Government Scholarship" (Ho, 2018). Ini terus ditingkatkan oleh Xi Jinping sebagai Salah satu bentuk penerapan pilar yang mengacu pada pertukaran internasional secara aktif dan ini merupakan salah satu bentuk pilar diplomasi yang terus dikembangkan oleh Tiongkok.

Penjabaran singkat kebijakan Xi Jinping pada tujuh pilar sebagaimana yang telah diuraikan di atas terlihat sejalan dengan praktik diplomasi publik. Meskipun begitu, terdapat beberapa pilar yang masih harus terus dikembangkan oleh Xi Jinping agar lebih mendapat respon positif publik Indonesia. Penjabaran singkat pilar diplomasi publik tersebut akan di analisa lebih dalam dan mengkaitkannya dengan beberapa dimensi dan unsur diplomasi publik terkait tujuan politik luar negerinya. Analisis ini perlu dikaitkan dengan dimensi dan kerangka diplomasi publik lebih dalam agar dapat dilihat pro dan kontra ataupun dampak positif dan negatif dari penerapan kebijakan Xi Jinping terkait aktifitas diplomasi publik. Analisis lanjutan tersebut akan lebih lanjut dibahas pada sub bab dibawah ini.

3.2 Analisis Motives, Means dan Foreign Public Opinion melalui tiga dimensi diplomasi publik

Untuk menganalisis keberhasilan maupun pertentangan pada kebijakan diplomasi publik yang dilakukan oleh Xi Jinping dengan Indonesia sebagai targetnya, maka perlu di analisa bersamaan dan berkesinambungan antara dimensi diplomasi publik dan kerangka pendekatan diplomasi publik itu sendiri. Gabungan kerangka pendekatan diplomasi publik tersebut akan disimpulkan dan digambarkan kesinambungannya dalam gambar bagan dibawah ini:



Sumber: (Pajtinka, 2019, hal. 26)

Komponen-komponen di atas melibatkan banyak aktor dan *tools* dari level yang berbeda dan secara luas. Terdapat tiap tahapan yang perlu dianalisa, terutama pada bagian *foreign public opinion* untuk melihat seberapa efektifnya diplomasi publik yang dilakukan oleh Xi Jinping di Indonesia.

3.2.1 Motive of Realisation

Merupakan motif yang hendak dicapai oleh suatu negara. Dalam hal ini berarti merupakan *goals* tertentu dari sebuah kebijakan luar negeri. Pada masa Xi Jinping, salah satu kebijakan luar negerinya yaitu membentuk strategi pembangunan Asia tenggara melalui *Belt and Road Initiative* serta membentuk kerjasama dengan negara ASEAN yang berkontribusi pada perdamaian, stabilitas, pembangunan dan

kemakmuran wilayah (Namibia, 2013). Salah satu negara yang masuk ke dalam prioritas *Belt and Road Initiative* yaitu Indonesia. Tentunya banyak kebijakan dan kerjasama yang berkesinambungan dalam proses mencapai tujuan luar negeri Tiongkok. Pentingnya *soft power* yang diwujudkan dalam diplomasi publik menjadi sarana untuk mempengaruhi kebijakan dan kerjasama Indonesia terkait Tiongkok. Sehingga kebijakan dan keputusan dibuat Indonesia akan menguntungkan juga untuk Tiongkok dalam mencapai *goals* dalam *Foreign Policy*.

3.2.2 Means of Realisation

Dalam elemen ini, Xi Jinping ingin mendapatkan respon yang besar dan positif dari semua elemen masyarakat di Indonesia melalui beberapa strategi komunikasi. Respon yang diharapkan Xi Jinping yaitu mampu merubah pandangan Tiongkok sebagai negara yang selalu mengedepankan pendekatan yang *soft power* dan memperkuat kerjasama di berbagai bidang tanpa terpengaruh masalah konflik yang ada.

3.2.3 Penggunaan dimensi diplomasi publik (*News management, Communication Strategy, Relationship building*) serta pengaruhnya terhadap publik Indonesia

Dalam mencapai *foreign public opinion*, pemerintah perlu menggunakan media secara masif serta alat komunikasi lainnya yang tentunya mengarah pada target tertentu. Pada umumnya, pendekatan pada diplomasi publik menggunakan *news management, Communication strategy* dan *relationship building* untuk mendapatkan serta menciptakan *foreign public opinion*.

3.2.3.1 News Management

Media berorientasi kearah pemberitaan isu global yang berkaitan dengan negara lain terutama dalam hal kepentingan internasional suatu negara. Kepentingan nasional yang berkaitan dengan politik, ekonomi, militer, sosial budaya dan tujuan keamanan negara serta mengandung nilai-nilai telah ditetapkan dalam kebijakan untuk meminimalisir biaya dan memaksimalkan keuntungan bagi kepentingan negara. Jurnalis menerapkan kerangka kepentingan nasional secara sorotan menyeluruh dengan terus terang atau membuat asumsi secara mutlak untuk kerangka acara atau masalah serta menekan atau menekankan apakah penting suatu masalah untuk khalayak domestik maupun internasional. Media meliput tentang krisis komunikasi yang melibatkan negara lain mengarahkan kepada atribusi berbagai kerangka kepentingan sosial. Cakupan akan berisi dengan konteks yang berbeda, dan kontekstualisasi yang menyiratkan sistem media yang berbeda, hubungan diplomatik dan situasi sosialbudaya. (Wijaya, 2018, hal. 169)

Untuk media di Tiongkok, media menyajikan suatu pemberitaan versi Tiongkok mengenai berbagai kejadian yang telah terjadi di dalam negeri sendiri ataupun yang telah terjadi di dunia internasional. Media juga merupakan alat bagi pemerintah untuk melakukan koreksi ataupun pernyataan yang menjadikan akurat atau tidaknya pemberitaan dari media-media asing. Hal ini membuktikan bahwa media milik pemerintah Tiongkok sangat berperan penting untuk diplomasi publik yang akan dilakukan oleh Tiongkok di dalam dinamika hubungan internasional. Pemerintah Tiongkok menggunakan media untuk menyampaikan kepada publik di

ranah internasional mengenai pandangan mereka terhadap berbagai fenomena internasional yang sedang terjadi. (Lalisang, 2013, hal. 230)

Tiongkok semakin serius untuk membangun citranya terhadap Indonesia dengan kunjungan Xi Jinping pada 2 Oktober 2013 ke Indonesia dengan menyampaikan salam hangat beserta harapannya yang baik dari masyarakat Tiongkok kepada masyarakat Indonesia. Disana Xi Jinping menekankan bahwa Indonesia dan Tiongkok adalah negara berkembang besar yang penting, dengan memperkuat kerjasama strategis kondusif bagi kepentingan fundamental kedua negara dan kedua bangsa. Hal ini tentunya sejalan dengan tren historis peningkatan diri melalui persatuan di antara negara-negara berkembang yang kemudian bermanfaat bagi perdamaian, stabilitas, dan kemakmuran kawasan dan dunia. (Namibia, 2013)

Xi Jinping memberikan penghargaan kepada Indonesia yang hingga saat ini masih memberikan kepercayaan dan pengertian kepada Tiongkok ditengah pandemi yang melanda melalui percakapan telepon yang dilakukan antar XiJinping beserta Presiden Jokowi. Xi Jinping kembali menekankan dan mencerminkan bahwa persahabatan Tiongkok dan Indonesia berdasarkan dari dukungan Tiongkok sebagai mitra yang strategis maupun komprehensif. Xi Jinping juga mengatakan bahwa demi mencapai kemajuan baru dan memikul tanggung jawab negara-negara yang besar, Indonesia dan Tiongkok harus saling bergandengan tangan. Selain itu, Xi Jinping mengatakan siap untuk melanjutkan proyek yang berkaitan dengan Indonesia khususnya melakukan implementasi proyek *BeltandRoad* dengan membangun kereta cepat Bandung-Jakarta. (Oktarianisa, 2020)

Pernyataan Xi Jinping mengenai kereta cepat Bandung-Jakarta mendapat respon yang positif bahkan pemerintah Indonesia melalui menteri investasi Luhut Pandjaitan mengatakan ingin menambah proyek kereta cepat tersebut lebih luas. Proyek ini nantinya akan bekerja sama dengan PT. Pilar Sinergi BUMN Indonesia. Dimana bagi saham proyeknya yaitu sekitar 60:40, Indonesia mendapat 60% dan sisanya milik Tiongkok. Namun nampaknya hal ini tidak berjalan mulus seperti yang diharapkan karena hal ini menimbulkan kontra juga di masyarakat terkait masalah akuisisi tanah serta masalah AMDAL. Dimana hal tersebut mendapat tentangan dari beberapa pelajar untuk tidak menjalin kerjasama dengan Tiongkok (Afifah & Bangun, 2019, hal. 414). Rencana Xi Jinping dan berita besar yang dikemas melalui *news management* terkait proyek ini tidak sepenuhnya mendapat dukungan namun ada juga kontra dari sejumlah masyarakat termasuk para mahasiswa yang menuntut pemutusan kerjasama proyek dengan Tiongkok karena dinilai tidak memperhatikan dampak lingkungan. Walaupun sempat mendapat kontra dari masyarakat terkait proyek kereta cepat, namun Tiongkok terus menunjukkan komitmennya untuk tetap mendukung perekonomian Indonesia. Sebagai wujud nyata dukungan terhadap perekonomian Indonesia, Xi Jinping mengatakan bahwa Tiongkok memiliki rencana untuk menyelesaikan sekitar tujuh puluh persen atau bahkan lebih tugas yang menjadi rencana Tiongkok dalam jangka waktu tiga tahun yakni dimulai dari tahun 2020 hingga tahun 2022 yang kemudian setelahnya mendorong reformasi kepemilikan campuran dan proses reorganisasi di perusahaan yang menjadi milik negara. Pemerintah Tiongkok juga berencana meningkatkan mekanisme operasional yang memiliki orientasi pasar dan mempromosikan sistem manajemen kontrak yang

ditujukan untuk eksekutif di semua tingkat BUMN di tahun 2020 menurut PengHuagang yang merupakan Sekjen Komisi Pengawasan dan Administrasi Aset Milik Negara Dewan Negara (SASAC).

SASAC bertugas untuk mendukung perusahaan raksasa secara aktif maupun tertib menawarkan insentif kepada talenta inti yang berada di posisi kunci, serta mencari cara untuk memberikan insentif jangka menengah dan jangka panjang diperuntukkan bagi karyawan mereka yang memiliki kinerja luar biasa. Komite Sentral Tiongkok untuk Pendalaman Reformasi Keseluruhan telah melakukan peninjauan dan menyetujui rencana aksi tiga tahun dimulai dari tahun 2020 hingga tahun 2022 untuk BUMN pada akhir Juni di tahun 2020. Hal ini menyerukan upaya baru untuk mengoptimalkan struktur ekonomi milik negara agar lebih kompetitif, inovatif, berpengaruh dan lebih mampu menghadapi risiko. (Nan, 2021)

Di tengah maraknya hubungan Tiongkok dan Indonesia yang terlihat semakin membaik ditambah dengan Tiongkok yang membantu Indonesia membangun infrastruktur agar dapat menjalankan proyek *BeltandRoad*, media pemerintah Tiongkok, *Global Times* menyentil Indonesia dikarenakan Indonesia menolak klaim Beijing atas hampir seluruh wilayah Laut Tiongkok Selatan. Indonesia tetap kepada posisinya terkait sengketa Laut Tiongkok Selatan dengan memilih penyelesaian sengketa menyesuaikan dengan apa yang telah ada didalam UNCLOS 1982. Indonesia sebenarnya tidak terlibat dengan sengketa Laut Tiongkok Selatan namun pernah bersitegang dengan Beijing ketika di perairan Kepulauan Natuna muncul kapalkapal penangkap ikan yang berasal dari Tiongkok.

Global Times mengatakan dalam laporannya pada 4 Agustus 2020 bahwa Tiongkok tidak pernah mengklaim kedaulatan terhadap Kepulauan Natuna. Baik Jakarta maupun Beijing memiliki klaim yang tumpang tindih satu sama lain pada Zona Ekonomi Eksklusif. Hal ini menyebabkan berita *Global Times* mengatakan bahwa Indonesia bermain trik terhadap Tiongkok. Selain itu, media tersebut mengungkapkan alasan kenapa Indonesia bersikap seperti itu. Pertama dikarenakan Indonesia tengah menghadapi tekanan yang belum pernah terjadi sebelumnya yakni COVID-19. Alasan yang kedua adalah Indonesia telah salah menilai situasi ketika mencoba mengambil keuntungan dari kasus arbitrase di Laut Tiongkok Selatan yang diupayakan oleh Filipina empat tahun silam. Ketiga adalah Indonesia cenderung memilih untuk membuka rintangan dengan menarik investasi asing ke Kepulauan Natuna. (Muhaimin, 2020)

Munculnya narasi dalam *Global Times* karena terkait klaim Laut Cina Selatan, melalui nota diplomatik pemerintah Tiongkok menekankan bahwa tidak ada teritori yang disengketakan antara Tiongkok dan Indonesia. Walaupun kepentingan Tiongkok atas hak dan kepentingan maritim memang tumpang tindih dengan Indonesia. Pernyataan itulah yang kemudian mendorong berita *Global Times* untuk menyatakan bahwa Tiongkok tidak mensengketakan klaim dengan Indonesia. Hal itu juga sebenarnya dinyatakan lebih awal oleh pemerintah Indonesia bahwa Indonesia bukan merupakan bagian dari pihak yang bersengketa di Laut Tiongkok Selatan. (Siregar, 2020). Pernyataan yang dibangun oleh Tiongkok tersebut berhasil membentuk opini publik internasional yang kemudian dituliskan dalam *Global Times* bahwa memang

Tiongkok dan Indonesia tidak mensengketakan atau mengklaim wilayah satu sama lain. Hanya saja Tiongkok menekankan berkali-kali dalam rangka menciptakan justifikasi bahwa Tiongkok mempunyai hak maritim untuk aktivitas nelayan pada daerah tersebut. Indonesia dalam menanggapi cara Tiongkok yaitu dengan memperkuat kewaspadaan dengan melakukan latihan untuk mempertahankan Natuna (Jibki, 2020).

Klaim berita tersebut sengaja dibangun sebagai sanggahan atas klaim Tiongkok di Laut Tiongkok Selatan. Melalui berita itu, Xi Jinping, ingin membangun sebuah justifikasi bahwa klaim Tiongkok atas Laut Cina Selatan dan Indonesia seperti mencari keuntungannya sendiri. Pembentukan berita untuk mendapat justifikasi tersebut tidak dibiarkan begitu saja oleh pihak Indonesia. Dimana pihak Indonesia membalas argumen tersebut dengan lebih halus yaitu melalui menteri luar negeri, Indonesia mengatakan bahwa Indonesia merupakan negara yang tidak menggugat dan perlunya menghormati hukum internasional UNCLOS (ANTARANEWS, 2020). Pembangunan berita seperti ini justru menyudutkan Tiongkok, apalagi melihat bahwa dalam beberapa pernyataan dan taktik Xi Jinping dalam Laut Tiongkok Selatan justru seperti menempatkan Tiongkok sebagai negara yang tidak ingin memenuhi aturan internasional.

Ditengah anggapan publik luar yang melihat Tiongkok sebagai negara yang selalu ingin mencapai keinginannya tanpa peduli dengan aturan yang ada. Namun, Xi Jinping juga terus berusaha membangun citra Tiongkok yang baik karena setelah semua kerjasama dan konflik yang terjadi di dunia internasional terutama Indonesia

melakukan tuduhan Tiongkok memiliki pemerintahan yang bersifat diktator dan kejam. Xi Jinping melakukan penegasan bahwa akan menindak lanjuti kebijakan terkait kesejahteraan yang merata, terus mengadili permasalahan korupsi dan berbagai dampak jelek yang ada di bidang pendidikan, kesehatan, jaminan hari tua, pemberantas kemiskinan serta pelestarian lingkungan. (CRIOline, 2021)

Klaim tersebut ditunjukkan oleh Tiongkok dengan terbuktinya perekonomian semakin maju serta keberhasilan Tiongkok untuk mengatasi masalah COVID-19 dengan tetap memperlihatkan perekonomian mereka yang sudah pulih kembali. Dalam hal ini, Xi Jinping berhasil meningkatkan ketertarikan publik Indonesia untuk mencontoh Xi Jinping dalam menjaga rakyatnya dari korupsi serta kegigihannya dalam menyelesaikan pandemi dan memulihkan kembali perekonomian Tiongkok paska COVID-19. Bahkan publik Indonesia mendorong pemerintah Indonesia untuk menyelesaikan kasus korupsi Indonesia seperti cara Xi Jinping memberantas korupsi di Tiongkok.

3.2.3.2 Communication Strategy

Salah satu topik studi media yang diabaikan namun penting adalah bagaimana media berfungsi sebagai prasyarat maupun domain aktivitas masyarakat selain menerima konten media dan juga menggunakan media sebagai alat komunikasi orang yang memperagakan interaksi sosial mereka didalam domain lingkungan media. Wawasan ini sangat penting dan bermanfaat untuk kasus penelitian identitas diaspora. Sampai pada waktu yang telah ditentukan, media sosial telah menjadi ukuran untuk melakukan komunikasi yang umum dan terkadang sangat diperlukan untuk

melakukan interaksi sosial sehari-hari orang-orang yang pada saat ini sudah berada di era digital. Perkembangan media sosial awalnya berupa bentuk situs jejaring sosial hingga aplikasi sosial yang saat ini telah berkembang dalam beberapa dekade terakhir. Ada beberapa perkembangan baru dari media sosial yang kemudian menjadikannya sebagai domain interaksi sosial yang semakin berbeda. (Lu, 2017, hal. 12-13) Tiongkok menjalankan strategi komunikasi terhadap keturunan Tiongkok di Indonesia dengan cara menyediakan media dengan bahasa Tiongkok di Indonesia. Enam koran berbahasa Tiongkok di Indonesia mendukung hubungan yang lebih kuat dengan Indonesia secara ekonomi serta memberi perspektif atau pandangan yang lebih pro Beijing ketika berada dalam isu Taiwan dan Hongkong. (Suryadinata, 2020) Keberadaan koran berbahasa Tiongkok di Indonesia secara tidak langsung mengarahkan pembaca di Indonesia untuk pro Tiongkok dalam berbagai kasus atau persoalan. Sehingga secara tidak langsung memperbaiki citra Tiongkok di mata masyarakat pembaca koran Tiongkok di Indonesia yang mana banyak dibaca oleh keturunan Tionghoa di Indonesia. Dari hal ini dapat dilihat bahwa pemerintah Tiongkok berusaha mem-*framing* citranya walaupun bukan dalam bentuk intervensi secara langsung terhadap media koran berbahasa Tiongkok di Indonesia. Namun usaha *framing* dapat dikatakan sebagai strategi pemerintah Tiongkok melalui cara komunikasi dengan masyarakat Tionghoa di Indonesia untuk tetap mendukung dan percaya pada pemerintah Tiongkok. Pembaca koran berbahasa Cina di Indonesia cenderung menurun (Suryadinata, 2020). Strategi komunikasi Tiongkok terkait klaim itu tidak sepenuhnya juga gagal karena beberapa koran berbahasa Tiongkok

mendukung posisi Tiongkok atas Taiwan, namun selama hal tersebut tidak berbenturan dengan kepentingan Indonesia.

Tiongkok menggunakan media sosial Tiktok sebagai strategi komunikasi dengan menguasai media sosial tersebut di dunia internasional karena pertumbuhannya sangat cepat dan hampir seluruh orang di dunia menggunakan media sosial Tiktok. Indonesia kebanyakan menggunakan media sosial Tiktok untuk memarketingkan *online shopping* yang terkena dampak dari pandemi di Indonesia. Banyak di Indonesia yang menggunakan *influencer* dari platform Tiktok demi memasarkan produk mereka akibat pandemi. Pengaruh dari Samuda yang merupakan salah satu *influencer* yang digunakan oleh beberapa produk *online shopping* dalam memasarkannya pun mendapatkan banyak perhatian karena gayanya mengiklankan produk begitu menarik dan sederhana. Sehingga hal tersebut mengundang masyarakat Indonesia lainnya berbondong-bondong menggunakan aplikasi tersebut untuk mencari penghasilan ataupun sekedar untuk mendapatkan popularitas. (Mulia & Cortese, 2020) Apabila diperhatikan pada cara atau strategi komunikasi seperti ini, maka dapat dilihat bahwa Tiongkok mampu membawa salah satu medianya sebagai media yang populer di Indonesia setara dengan kepopuleran Instagram. Segala berita, peristiwa atau marketing pun seringkali diunggah dalam sosial media ini. Dari segi strategi komunikasi, hal tersebut dapat dikatakan berhasil, secara tidak langsung pemerintah Tiongkok melalui platform Tiktok berhasil membuat *engagement* yang begitu besar terhadap masyarakat Indonesia. Tidak hanya berhenti sampai disitu, pemerintah Tiongkok berencana untuk memperluas fungsi aplikasi Tiktok agar

penggunanya bisa memonetisasi akun mereka melalui pemasangan iklan. (Akhlas, 2019) Dengan adanya program tersebut maka dapat diperkirakan bahwa akan semakin luas pengaruh Tiktok terhadap masyarakat di Indonesia sehingga akan banyak *influencer* yang mencari penghasilan, banyak *online shopping* yang memasarkan produknya serta banyak masyarakat yang mencari popularitas di media sosial tersebut. Tanpa disadari, banyak komponen masyarakat di Indonesia yang bergantung pada media sosial dari negara Tiongkok salah satunya yaitu ketergantungan dari segi ekonomi. Tiktok termasuk dalam bentuk diplomasi publik yang sesuai dengan konsep strategi komunikasi. Dalam konsep strategi komunikasi mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan kerjasama baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. (Leonard, 2002, pp. 2-20) Keberhasilan Tiktok dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah di Indonesia yaitu disaat negara seperti Amerika Serikat dan India memilih untuk menutup Tiktok, namun antusias masyarakat di Indonesia dan kuatnya pengaruh dan dukungan dari pengguna Tiktok Indonesia membuat pemerintah bahkan memutuskan untuk tetap menggunakan Tiktok dan merencanakan menggunakan Tiktok untuk kepentingan penyebaran nilai pancasila (TheJakartaPost, 2020). Dari besarnya dukungan masyarakat Indonesia yang kemudian mempengaruhi kebijakan pemerintah Indonesia untuk tidak menutup Tiktok maka dapat dikatakan bahwa Tiktok merupakan strategi pemerintah Tiongkok yang berhasil mempengaruhi kebijakan pemerintah Indonesia melalui antusiasme masyarakat Indonesia. Tiongkok menyadari betapa besarnya peran penting dari komunikasi maka dari itu ByteDance selaku raksasa teknologi dari Tiongkok melakukan sensor pada konten-konten yang kritis terhadap pemerintah Tiongkok

pada aplikasi berita yang terkait dengan mereka di Indonesia pada tahun 2018 hingga pertengahan tahun 2020. (Aljazeera, 2020) Bahkan pihak Tiongkok akan menggandeng beberapa kementerian dan lembaga di Indonesia seperti LSM untuk menyakinkan bahwa media sosial ini aman dan inspiratif sehingga dapat terus digunakan secara luas di Indonesia. (kominfo, 2018)

Penggunaan media sosial seperti aplikasi TikTok terbilang sebagai cara yang sangat berhasil yang dilakukan oleh Tiongkok di masa Xi Jinping. Hal tersebut terbukti dari antusiasme publik Indonesia dalam menggunakan aplikasi tersebut termasuk dalam aktivitas ekonomi. Bahkan berhasil mempengaruhi kebijakan pemerintah Indonesia yang sempat ingin beberapa kali memblokir Tiktok untuk tetap mempertahankannya dan menyebabkan tergantungnya pendapatan masyarakat Indonesia dari aplikasi tersebut. Dalam diplomasi publik, berhasil menarik antusiasme publik suatu negara hingga mampu mempengaruhi kebijakan negara tersebut merupakan tujuan yang ingin dicapai dari sebuah pendekatan diplomasi publik.

Dalam upaya pemerintah Tiongkok mencari cara memperkuat hubungan *people-to-people* di Indonesia perusahaan televisi negara Tiongkok *China Central Television* (CCTV) telah melakukan kerjasama dengan penyedia konten Indonesia PT.Elnet Media Bersama dalam meluncurkan Hi-Indo! stasiun televisi, saluran *free-to-air* yang menayangkan program berbahasa Mandarin 24 jam sehari, tujuh hari seminggu, di Indonesia yang sebelumnya sudah dilakukan uji coba di bulan April 2015. Harapan dengan adanya program berbahasa mandarin di Indonesia juga

menjadikan jembatan budaya antara Tiongkok dan Indonesia melalui konten-konten yang ditampilkan di saluran Hi-Indo! TV (Amirio, 2015). Xi Jinping bersedia di wawancara oleh media Indonesia dan memberikan dukungan kepada Indonesia dari berbagai aspek. Ini merupakan strategi yang digunakan oleh XiJinping dengan segala keyakinannya kepada rakyat Indonesia bahwa Tiongkok dibawahXiJinping mendukung Indonesia dengan sepenuh hati (Muhammad, 2020). Pada 3 Oktober 2013, Xi Jinping bertemu dengan Ketua DPR Marzuki Alie, yang mana inti dari pertemuan tersebut adalah XiJinping menyatakan akan menggunakan strategi komunikasi untuk memperkuat komunikasi strategis dengan Indonesia dengan melakukan kerjasama di bidang ekonomi, perdagangan, orang ke orang serta bertukaran budaya. (Nepal, 2013)

Pembangunan citra Xi Jinping terus dilakukan sekaligus memperkenalkan budaya Tiongkok kepada Indonesia melalui Hi-Indo TV!. Dimana dalam saluran tv tersebut, ada yang bergenre kartun seperti *Journeytothewest*; film dokumentari seperti: *A Bite of Shunde*, *Amazing China*, *ICS and Youth of IERE*, *Jalan Peradaban*, *Travelling Across China*, *Walking Dinner Table*; serta genre drama: *Beauty Rival in Place*, *Diamond Lover*, *King's War*, *Painted Skin*, *Perfect Couple*, *Tiny Times*. (Ho, 2018, hal. 40) Peluncuran saluran TV berbahasa Indonesia ini merupakan cara pemerintah Tiongkok untuk memperkenalkan drama dan kartun Tiongkok serta meningkatkan citra pemerintah Tiongkok yang kemudian dibungkus dalam film dokumenter. Pemerintah Tiongkok merasa perlu untuk memperkenalkan citra Tiongkok yang damai dan ramah serta jauh dari kediktatoran yang selama ini tersebar

diluar. Melalui dokumenter, diharapkan masyarakat Indonesia bisa melihat keramahan dan keindahan serta kedamaian kehidupan Tiongkok, sehingga melalui media ini diharapkan dapat mengubah persepsi masyarakat Indonesia terhadap Tiongkok serta secara tidak langsung menarik rasa simpati masyarakat Indonesia agar perlahan menyukai Tiongkok. Sehingga itu dapat juga dikatakan sebagai salah satu bentuk pendekatan Tiongkok ke Indonesia dengan cara yang dapat dikatakan *soft* melalui media. Menariknya dalam hal ini yaitu programnya berasal dari CCTV, walaupun pihak Elnet dikatakan berhak memilih program yang sesuai dengan keinginan mereka. Tetapi pemerintah berjanji bahwa kedepannya mereka akan menambahkan seminar televisi para pebisnis di Tiongkok. (Anjaiah, 2015) Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa pemerintah Tiongkok sangat fokus menggunakan madianya untuk membangun jembatan budaya Tiongkok dan Indonesia terlebih dahulu. Apalagi banyak warga Tiongkok di Indonesia juga yang bisa menjadi sasaran *soft diplomacy* mereka. Pembangunan jembatan budaya dianggap mampu membangun rasa ketertarikan para warga Indonesia keturunan Tionghoa terlebih dahulu sehingga nantinya bisa perlahan menarik ketertarikan warga Indonesia lainnya apalagi Indonesia mempunyai kedekatan yang sudah lama dan berkelanjutan dengan Tiongkok. Selain itu, bentuk dari CCTV ini sebenarnya merupakan hasil dari konsep Nye yang merupakan konsep yang dianut oleh para akademisi dan politikus Tiongkok. Bentuk CCTV News dianggap dapat membawa dua keuntungan yaitu menyuarakan suara rakyat Tiongkok sendiri serta sebagai cara Tiongkok untuk untuk bersaing dan membangun kerjasama dengan *news* besar lainnya didunia. (Jirik, 2016, hal. 35-38) Sehingga dari sini kita dapat melihat bahwa pengambilan saluran Hi-indo

TV melalui CCTV bukan tanpa alasan, melainkan secara tidak langsung juga terus ingin mengembangkan pengaruh dan pendekatan media CCTV kepada dunia sehingga nantinya bisa bersaing dengan media besar lainnya baik secara berita yang disajikan maupun kredibilitasnya. Dari sisi lainnya dapat dilihat bahwa model CCTV *news* tentunya tidak akan mudah menarik semua pihak namun hal tersebut bukan menjadi halangan bagi pemerintah Cina dalam melakukan *soft diplomacy*-nya karena target utama dari program ini yaitu untuk kalangan akademisi, elit maupun institusi. Kalangan tersebut menjadi target utama karena dianggap secara tidak langsung mampu meyakinkan masyarakat secara lebih luas. Tiktok termasuk dalam bentuk diplomasi publik yang sesuai dengan konsep strategi komunikasi. Dalam konsep strategi komunikasi mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan kerjasama baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. (Leonard, 2002, pp. 2-20)

Terkait dengan program berita maupun program tentang kehidupan masyarakat Tiongkok memang merupakan salah satu cara diplomasi publik, namun dalam hal ini, publik Indonesia belum terlihat antusiasnya terhadap program atau saluran dari Tiongkok. Walaupun ada respon positif dari pemerintah yang bersedia mengajukan PT. Elnet Media untuk mendukung program televisi dari Tiongkok, namun tetap Xi Jinping harus melakukan cara yang lebih luas dalam menarik perhatian publik Indonesia. Apalagi kebanyakan publik Indonesia masih lebih tertarik dengan program berita dari negara sendiri. Sehingga, niat Xi Jinping melalui program televisi sebagai strategi komunikasi kurang berhasil di implementasikan dengan baik di Indonesia.

3.2.3.3 Relationship Building

Untuk memberikan pengaruh yang strategis kepada diaspora Tionghoa, Tiongkok telah melakukan keterlibatan dalam berbagai inisiatif *softpower* termasuk mendirikan Institut Konfusius di seluruh dunia melalui lembaga-lembaga khusus yang dikelola langsung oleh pemerintah. Tiongkok menggunakan Tionghoa perantauan untuk turut membantu melakukan promosi bahasa dan budaya Tionghoa kepada non-Tiongkok, dan juga bagi keturunan Tionghoa yang tidak familiar dikarenakan kehilangan keakrabannya dengan budaya dan bahasa Tiongkok. Langkah seperti yang dijelaskan memungkinkan Tiongkok mendemonstrasikan Tionghoa di luar negeri dengan afinitas budaya mereka dengan budaya mereka dengan Tiongkok sehingga mereka dapat melayani, atau setidaknya merasa simpati kepada kepentingan Tiongkok yang lebih luas. (Ho, 2018, hal. 35-36) Konfusius sendiri merupakan peradaban budaya Tiongkok yang mendasarkan pada ajaran moral dan etika pada manusia. Institut Konfusius yang didirikan sangat lekat dengan kearifan lokal Tiongkok sehingga kemudian digunakan Tiongkok untuk menyebarkan pengaruh budayanya di Indonesia. *Confucius Institute* Universitas Malang juga mengadakan program *Summer Camp* setiap tahun untuk memperkenalkan budaya Tiongkok kepada pelajar Indonesia. Dengan adanya kegiatan antara Tiongkok dan Indonesia maka ada *relation* yang akan terbangun untuk terus menjalankan program dari institut tersebut. Konfusianisme sebenarnya sudah mulai mengakar pada masyarakat di Indonesia terutama etnis Tionghoa di Indonesia. Nilai atau ajaran konfusianisme di Indonesia berupa proses implementasi cinta tanah air dan berbakti kepada leluhur dan

negara, sehingga bisa terus dalam bingkai NKRI di tengah masyarakat yang multikultur.(Rosidi, 2015)

Tidak hanya berhenti pada budaya konfusianisme, pemerintah Tiongkok juga menyebarkan pengaruh budaya di Indonesia dalam kerangka *relationship* melalui pengiriman panda dan pembukaan institut bahasa mandarin. Dimulai dari pembukaan bahasa mandarin, Peran Tiongkok dalam memberikan pendidikan bahasa mandarin seperti CI di Indonesia datang pada tahun 2010 dengan perannya yang dimulai secara tidak resmi pada tahun 2007. Hanban melampirkan kurikulum pendidikannya dengan Jakarta Bina Terampil Insan Persada (BTIP) Kongzi Institute yang berdiri pada tanggal 28 September 2007 dan ditandatangani oleh Duta Besar Tiongkok untuk Indonesia, Lan Lijun. Perjanjian resmi antara Tiongkok dan Indonesia untuk mendirikan CI ditandatangani pada 28 Juni 2010 antara Hanban dan 6 Universitas Indonesia. Kedua pihak antara Hanban dan Universitas menyetujui untuk menerjemahkan CI ke Pusat Bahasa Mandarin (PBM) untuk menghindari kesalahpahaman antara CI sebagai organisasi pendidikan publik dan Konfusianisme sebagai salah satu dari enam agama yang ada di Indonesia atau biasa disebut dengan Kong Hu Cu. (Ho, 2018, hal. 35-36)

Strategi pemerintah Tiongkok dalam membangun pusat kebudayaan Tiongkok serta akademi atau kelas bahasa mandarin mendapat respon positif dari publik Indonesia. Terlihat antusiasme publik Indonesia yang bertambah setiap tahunnya. Dimana terus meningkat pada tahun 2016 menjadi 2032 siswa dan 451 guru yang tersebar di seluruh Indonesia. (Ansori, 2017, hal. 15). Peningkatan antusiasme publik

Indonesia menggambarkan titik terang keberhasilan Xi Jinping untuk memanfaatkan *Confucius Institute* dan lembaga kursus Mandarin sebagai sarana *relationship building*. Penutupan institut sebelumnya berhasil dibangkitkan kembali menjadi total 6 institut yang bekerjasama dengan universitas di Indonesia. Di bawah Xi Jinping antusiasme publik Indonesia terbilang cukup jauh meningkat dibanding sebelumnya.

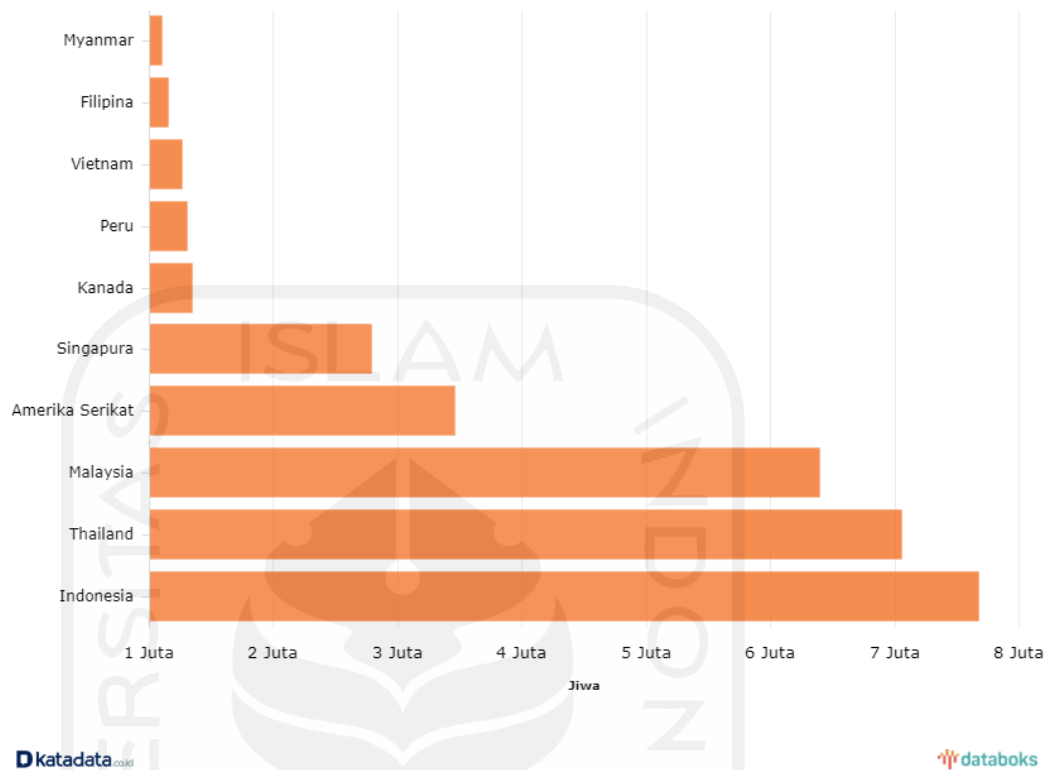
Tidak hanya ajaran atau nilai konfusianisme maupun budaya yang kemudian terus dikembangkan dalam sebuah institut dengan program yang berkelanjutan, tetapi *relationship building* juga dibangun oleh Tiongkok melalui diaspora. Diaspora yang dilakukan oleh Tiongkok berupa pertukaran pelajar, pemberian beasiswa kepada pelajar di Indonesia maupun berupa tenaga kerja Indonesia yang bekerja di Tiongkok. Terlebih dahulu penelitian ini akan membahas beasiswa yang diberikan pemerintah Tiongkok. Pemerintah Tiongkok memberikan “*Chinese Government Scholarship*” (CGS) mulai diperkenalkan kepada calon kandidat penerima pada tahun 2011. Beasiswa ini diberikan oleh pemerintah Tiongkok melalui *China Scholarship Council* setiap tahunnya. Tiongkok memberikan beasiswa kepada calon sarjana, master, atau doktoral melalui program bilateral CGS dan program pendidikan tinggi CGS. (Ho, 2018, hal. 38-39) Beasiswa merupakan bentuk memperkuat hubungan antar negara dengan meningkatkan keterkaitan dan ketertarikan masyarakat. (Leonard, 2002, hal. 8) Adanya beasiswa akan menarik minat pelajar di Indonesia untuk datang dan belajar ke Tiongkok dan kemudian program tersebut akan semakin dikembangkan dan menimbulkan keterkaitan antara pelajar Indonesia dan pelajar Tiongkok. Bentuk beasiswa ini juga secara *soft* mendorong pelajar Indonesia untuk belajar bahasa Cina

dan budayanya ketika mereka menuntut ilmu disana. Elemen gabungan antara pendidikan dan mobilitas pelajar serta dampaknya merupakan bagian dari diplomasi publik dalam membentuk citra suatu negara sekaligus menunjukkan pengakuan terhadap negara yang menjadi tujuan yang dalam hal ini adalah pengakuan dan ketertarikan pelajar Indonesia terhadap negara Tiongkok. Bentuk diaspora selain beasiswa dan pertukaran pelajar adalah tenaga kerja. Dalam hal ini pemerintah Tiongkok yang mengirim tenaga kerjanya. Tenaga Kerja Asing paling banyak berasal dari Tiongkok di tahun 2017-2018 dengan jumlah mencapai 24.804 setara dengan 3% dari total Tenaga Kerja Asing di Indonesia.

Berikut data jumlah populasi Etnis Tionghoa di luar Tiongkok yang menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat banyak populasi etnis Tionghoa terbanyak di dunia. (databoks, 2016)

Bagan II. Jumlah Populasi Etnis Tionghoa di Luar Tiongkok

Jumlah Populasi Etnis Tionghoa di Luar Cina



Hal ini menjelaskan bahwa dengan banyaknya Tenaga Kerja Asing dari Tiongkok merupakan diaspora Tiongkok yang menjadi salah satu diplomasi publik dari Tiongkok. (CNBC, 2019) Tiongkok mengirim tenaga kerjanya selain bentuk implementasi kerjasama atau proyek dengan Indonesia tetapi juga sebagai bentuk *relationshipbuilding* dimana selain terus meningkatkan kerjasama antarnegara tetapi juga terus membangun relasi antara pekerja Tiongkok dengan pekerja Indonesia. Pada tabel diatas memperlihatkan bahwa bukan hanya tenaga kerja saja tetapi jumlah diaspora Tiongkok paling banyak tersebar di Indonesia. Dengan adanya diaspora Tiongkok maka lebih mudah bagi Tiongkok untuk memperkenalkan budaya dan

sikap bekerja masyarakat Tiongkok kepada masyarakat Indonesia. Bentuk diaspora ini juga merupakan usaha Tiongkok untuk memperkuat pengaruh budaya dan bahasa Mandarin melalui *people to people* yang tentunya akan membawa dampak *engagement* pada komunitas sosial atau masyarakat. Untuk mempererat *engagement people to people* dalam budaya dan seni bahasa Tiongkok, maka pemerintah Tiongkok di awal bulan April 2019, 36 guru seni dari berbagai provinsi di Indonesia turut diundang untuk melakukan pendidikan dan kebudayaan pelatihan komunikasi di *China Conservatory of Music* (CCOM) yang berada di Beijing. Pelatihan atau kursus ini diadakan selama tiga minggu yang mana para guru diajari berbagai aspek budaya Tiongkok seperti opera, musik tradisional dan juga kaligrafi. (Rakhmat M. Z., 2019) Penerapan atau implementasi dari budaya Tiongkok merupakan salah satu strategi utama dari konsep *soft power* karena Tiongkok menganggap budaya sebagai jiwa dari sebuah bangsa dan negara. (You, 2018, hal. 164) Bahkan terkadang budaya dari negara lain bisa mengalahkan budaya dalam negeri sehingga seringkali budaya menjadi senjata yang paling kuat dalam melakukan *soft power* dalam diplomasi publik. Selain itu pertukaran dan kerjasama budaya juga dapat meningkatkan kerjasama dan hubungan antar kedua negara lebih luas lagi.

Indonesia merupakan partner yang paling strategis di Asia Tenggara. Hal itupun mendapat respon positif dari Indonesia maupun masyarakatnya. Bentuk dukungan Indonesia yaitu dengan mengirimkan 36 guru seni pada tahun 2019 untuk belajar ke Tiongkok terkait pendidikan dan pelatihan budaya Tiongkok. Strategi ini

dapat dikatakan mendapat respon positif dan berhasil menargetkan publik di bidang budaya dan pendidikan.

Keberlanjutan hubungan antara Tiongkok dan Indonesia juga dilakukan dengan cara mengirim hewan langka dan merupakan ikon khusus Tiongkok yaitu panda. Tiongkok mengirimkan panda ke Indonesia pada tahun 2017 disusul dengan penguatan hubungan bilateral Tiongkok dan Indonesia. Diplomasi Panda berfungsi sebagai salah satu komponen yang paling baik dalam diplomasi untuk mempromosikan *softpower* Tiongkok, terutama kepada beberapa mitra dagang strategis. Pengakuan panda sebagai binatang yang lucu menjadikan ini sebagai alat diplomatik Tiongkok untuk meningkatkan citra baiknya di luar negeri. (Ho, 2018, hal. 14-18) Sepasang panda yang dikirimkan ke Indonesia adalah Hu Chun dan Cai Tao memiliki dampak yang cukup besar bagi hubungan bilateral Indonesia-Tiongkok. Tiongkok menggunakan hewan panda juga dalam rangka menjalin hubungan yang lebih dalam lagi di beberapa bidang seperti salah satunya bidang penelitian terkait dengan panda. Hewan panda merupakan hewan langka yang harus dijaga kelestariannya, oleh karena itu keberadaan hewan panda secara tidak langsung akan meningkatkan kerjasama di bidang penelitian dan observasi perilaku hewan langka panda. Dengan adanya kerjasama atau tukar informasi terkait perlindungan dan perawatan hewan panda maka secara tidak langsung *relationship* pun akan terbangun semakin dekat dan dalam. Ada juga keuntungan di bidang ekonomi dari pengiriman hewan panda ke Indonesia, mengingat bahwa negara lainnya yang dikirimkan hewan panda juga berujung dengan penandatanganan terkait ekonomi maupun investasi dengan

Tiongkok. Kehadiran dua panda ini terlihat sebagai usaha Tiongkok untuk kepentingan negaranya dalam melakukan *Foreign Direct Investment* tak lupa kebijakan *The Belt and Road Initiative* di Indonesia. Diplomasi Panda ini menjadi persepsi positif masyarakat terhadap hubungan Indonesia dan Tiongkok. Citra yang sudah terbangun ini juga membuat Indonesia dapat melakukan target demi mendatangkan turis Tiongkok ke Indonesia dengan jumlah sebesar 10 juta turis. Selain itu dengan adanya Diplomasi Panda ini diharapkan investor Tiongkok semakin percaya melakukan investasi di Indonesia. (Darmawan & Putri, 2021) Akan tetapi, panda yang dikirimkan ke negara lainnya termasuk Indonesia merupakan panda pinjaman. Walaupun begitu, panda ini merupakan bentuk diplomasi abad ke 7 yang dilakukan sebelumnya oleh permaisuri Wu sebagai tanda terima kasih atau sebagai tanda persahabatan. Dengan dikirimnya panda ke Indonesia, mengisyaratkan bahwa Indonesia merupakan sahabat bagi Tiongkok dan mempunyai hubungan yang saling menguntungkan dengan Tiongkok. Dua panda yang ada di Indonesia juga merupakan bentuk persetujuan kerjasama yang disepakati Tiongkok dan Indonesia yang dalam hal ini terkait kerjasama ekonomi di jalur sutra atau pembangunan *BRI (Belt Road Initiative)*.

Terkait pengiriman panda sebagai bagian dari *relation building* memang merupakan bukti kepada publik Indonesia akan keseriusan Xi Jinping untuk memperkuat hubungan dengan Indonesia. Seperti yang diketahui bahwa pengiriman panda menunjukkan hubungan strategis yang dibangun atas dasar kepercayaan satu sama lain. Hal ini memang tidak terlalu mendapat respon yang signifikan dari

masyarakat Indonesia. Namun, secara tidak langsung mendorong respon positif dari pemerintah Indonesia untuk terus memperdalam hubungan terkait pembangunan BRI (*Belt Road Initiative*). Selain itu pengiriman panda ke Indonesia secara tidak langsung merupakan cara Tiongkok juga melalui strategi relasi, mengirimkan pekerja dari Tiongkok ke Indonesia. Dimana observasi panda nantinya bisa memperkuat relasi yang menargetkan peneliti dan penyayang binatang di Indonesia.

Dari analisa ketiga dimensi diplomasi publik di atas serta responnya baik dari publik maupun pemerintah Indonesia dapat dikatakan Xi Jinping melakukan pendekatan *soft power* yang lebih baik daripada pemerintahan sebelumnya. Tujuan atau *Goals of Realisation* yang ingin dicapai Xi Jinping melalui pendekatan ini cukup memberikan beberapa keuntungan bagi Tiongkok. Terutama salah satu kebijakan luar negerinya untuk membangun *Belt Road Initiative* yang terus mendapat respon positif dari pihak Indonesia. Hal ini pun tentunya juga memberikan dampak yang positif pada *Means of Realisation* dimana Xi Jinping ingin tetap meyakinkan publik Indonesia bahwa kerjasama Tiongkok akan terus di implementasikan walaupun terjadi ketegangan antara Indonesia dan Tiongkok terkait Laut Tiongkok Selatan. Meskipun pada prakteknya *Means of Realisation* belum tercapai secara maksimal mengingat ada beberapa unsur penolakan dari beberapa elemen masyarakat terkait kerjasama dengan Tiongkok.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hubungan diplomatik yang dibangun oleh Indonesia dan Tiongkok sudah berlangsung sejak 1950-an walaupun hubungan diplomatik tersebut penuh dengan dinamika. Tiongkok dari tahun ketahun selalu meningkatkan hubungannya dengan Indonesia melalui kerjasama bilateral yang saat ini menjadi “kemitraan strategis yang komprehensif”. Walaupun ditengah hubungan Tiongkok dan Indonesia yang kerap kali memanas akibat konflik laut Tiongkok Selatan namun posisi Indonesia bagi Tiongkok tetap dianggap mempunyai *regional power* di Asia Tenggara.

Sengketa Natuna yang terus berlanjut dan memanas antara Tiongkok dan Indonesia semakin menambah banyaknya konflik Tiongkok dengan negara-negara di Laut Tiongkok Selatan. Ditambah lagi kasus Uyghur juga menyita perhatian masyarakat dunia dan meninggalkan kesan kejamnya pemerintah Tiongkok terhadap warganya. Sentimen anti Tiongkok pun mulai bermunculan diberbagai negara termasuk Indonesia. Saat ini, Xi Jinping ingin menciptakan citra Tiongkok yang menjunjung tinggi perdamaian dengan tujuan ingin menghapus citra Tiongkok yang seolah selalu menciptakan konflik. Atas dasar hal tersebut, Xi Jinping ingin membangun citra atau biasa dikenal dengan *nation branding* dan memperkuat relasi melalui cara yang *soft* bisa dikategorikan sebagai sebuah bentuk diplomasi publik.

Pentingnya citra positif sebuah negara dalam perpolitikan dunia mendorong Tiongkok untuk menempatkan cara Diplomasi Publik sebagai pendekatan politiknya ke negara sekitarnya.

Diplomasi publik ada diplomasi yang tidak hanya dilakukan oleh pemerintah tetapi juga bisa dilakukan oleh non pemerintah seperti individu ataupun organisasi, hal ini tentunya berbeda dengan diplomasi tradisional yang cenderung melibatkan tingkatan pemerintah saja. Diplomasi publik menghasilkan suatu opini publik yang baru terhadap suatu negara tetapi dengan melakukan pendekatan yang cenderung *soft power*. Diplomasi publik terbagi menjadi tiga dimensi yaitu *news management*, *strategic communication*, *relationship building*. Kebijakan pemerintah Tiongkok pada masa Xi Jinping dapat dilihat sebagai bentuk diplomasi publik yang memiliki tiga dimensi utama. Dimulai dari *news management*, dalam dimensi ini berhubungan dengan pengelolaan berita atau warta pada masalah sehari-hari. Pemerintah Xi Jinping semakin menggunakan dimensi ini untuk membangun citra positifnya melalui beberapa platform media massa. Kanal berita milik *Global Times* yang mengeluarkan berita tentang Laut Tiongkok Selatan memiliki perspektif untuk membangun citra dengan tidak menyudutkan Tiongkok ditengah tumpang tindih klaim Laut Tiongkok Selatan. Tidak hanya itu, pembangunan citra atau *nation branding* melalui media juga dilakukan Xi Jinping dengan menekankan dan mencerminkan bahwa persahabatan Tiongkok dan Indonesia berdasarkan dari dukungan Tiongkok sebagai mitra yang strategis maupun komprehensif. Pencitraan yang dibangun di depan media nasional maupun tingkat internasional sengaja dilakukan Xi Jinping untuk memanajemen

berita dan memberi kesan bahwa Tiongkok serta kebijakannya tidak seburuk yang selama ini diberitakan. Xi Jinping ingin memberi kesan yang lebih bersahabat dengan menggunakan dimensi *news management* ini.

Tidak berhenti sampai disitu, diplomasi publik dilakukan juga oleh Tiongkok dengan melalui dimensi *strategic communication*. Dimensi ini, berhubungan dengan aktivitas komunikasi yang dilakukan untuk mengatur pesan-pesan taktis yang difungsikan untuk merencanakan rangkaian kegiatan dan kerjasama, baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek, dalam misi memperkuat pesan atau suatu kebijakan tertentu yang ingin disampaikan dan dijalankan pada publik. Dengan kata lain dalam dimensi ini, Tiongkok menggunakan berbagai cara atau bentuk komunikasi yang sederhana dan melekat dalam kehidupan sehari-hari untuk secara tidak langsung menciptakan pengaruh yang kuat Tiongkok dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Pada dimensi ini, Tiongkok menyediakan koran berbahasa Tiongkok di Indonesia. Dengan adanya koran berbahasa mandarin, itu merupakan cara dan strategi Tiongkok untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat Indonesia keturunan Tiongkok. Sehingga target pembacanya dapat memberi dukungan secara tidak langsung kepada Tiongkok. Selain itu, Tiongkok juga menggunakan platform Tiktok sebagai strategi komunikasi dengan menguasai platform tersebut di dunia internasional karena pertumbuhannya sangat cepat. Tiktok menjadi salah satu dimensi dalam diplomasi publik karena dalam konsep strategi komunikasi mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan kerjasama baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Keberhasilan strategi komunikasi melalui media ini

terbukti dari dukungan yang begitu besar dari masyarakat Indonesia yang bahkan menentang saat pemerintah ingin menutup platform tersebut. Hal tersebut merupakan bukti berhasilnya strategi yang dijalankan oleh Xi Jinping. Untuk menggapai *people to people contact* dalam dimensi ini, Xi Jinping menggunakan cara dengan membangun kerjasama di Indonesia dengan perusahaan televisi negara *Tiongkok China Central Television* (CCTV). Ada juga peluncuran saluran TV berbahasa Indonesia untuk memperkenalkan drama dan kartun Tiongkok serta film dokumenter. Ini digunakan oleh Xi Jinping agar menarik simpati masyarakat Indonesia terhadap budaya dan kehidupan Tiongkok melalui dokumenter. Xi Jinping juga menggunakan CCTV *News* untuk menargetkan para akademisi, institusi serta kalangan elit lainnya karena dianggap kalangan tersebut dapat memberi pengaruh lebih besar dalam meyakinkan masyarakat luas.

Selain dua dimensi diatas, Xi Jinping juga menggunakan dimensi *Relation Building* merupakan praktik dari diplomasi publik yang diharapkan dapat memangkas jarak antara pelaku diplomasi dan target dari diplomasi itu sendiri. Dengan kata lain, dimensi ini merupakan bentuk diplomasi publik yang bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan berkelanjutan melalui para pelaku diplomasi. Xi Jinping menerapkan dimensi ini untuk memangkas jarak dan membangun hubungan yaitu melalui berbagai diaspora seperti program beasiswa untuk para pelajar, pertukaran serta *people to people* dalam konteks budaya, serta pertukaran dan penempatan tenaga kerja Tiongkok di Indonesia. Hal tersebut dilakukan guna membangun kedekatan secara budaya dan ketertarikan masyarakat Indonesia melalui

hubungan antara para diaspora. Ketertarikan akan budaya Tiongkok serta citra positif yang terbangun dari para diaspora merupakan titik keberhasilan diplomasi publik Xi Jinping dalam dimensi ini. Selain itu, pengiriman panda sebagai bentuk *soft power* serta membangun hubungan yang lebih baik dan berkesinambungan antara Tiongkok dan Indonesia melalui hewan panda dan segala observasi dan penyediaan fasilitasnya merupakan cara Xi Jinping untuk terus membangun kesinambungan hubungan Tiongkok-Indonesia sambil memperkenalkan citra Tiongkok.

Dari strategi, langkah serta program yang diterapkan Xi Jinping melalui tiga dimensi tersebut dapat dilihat bahwa hal tersebut merupakan perwujudan dari diplomasi publik yang dilakukan Xi Jinping. Diplomasi publik terus diterapkan dan dikembangkan oleh Xi Jinping karena keberhasilannya dalam menarik perspektif masyarakat Indonesia serta keberhasilan beberapa strateginya yang hingga dapat mempengaruhi kebijakan pemerintah Indonesia melalui sebuah diplomasi publik.

4.2 Rekomendasi Penelitian

Dalam diplomasi publik yang diterapkan Tiongkok dapat dikatakan berhasil namun masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan maupun digarisbawahi. Dalam penerapan diplomasi publik melalui pertukaran budaya seharusnya lebih luas lagi dibangun tidak hanya di satu daerah saja karena perlu membangun diplomasi publik seluas mungkin apalagi mengingat Indonesia banyak memiliki masyarakat yang keturunan Tiongkok. Sehingga dengan pengembangan institut budaya Tiongkok

akan lebih memperluas pengaruhnya di masyarakat Indonesia. Untuk membangun citra melalui pemberitaan perlu didukung dengan fakta yang lebih mendukung sehingga masyarakat Indonesia yang sentimen atau anti Tiongkok akan lebih percaya kepada Tiongkok daripada pemberitaan internasional. Penting juga meningkatkan citra Tiongkok terhadap muslim. Terlebih lagi dengan munculnya pemberitaan terkait muslim Uyghur, dimana Indonesia merupakan negara berpenduduk muslim sehingga harus lebih ekstra menjalankan dan membangun citra positif ditengah pemberitaan negatif yang di bentuk oleh media internasional lainnya terkait Uyghur.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. N. & Bangun, Y. R. (2019). Exploring Public Perception Towards Jakarta-Bandung High Speed Rail. *The 2nd International Conference on Inclusive Business in the Changing World (2nd ICIB)*. SciTe Press, 413.
- Akhlis, A. W. (2019, October 4). *TikTok plans to cash in on advertising business in Indonesia*. Retrieved April 11, 2021, from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/news/2019/10/04/tiktok-plans-to-cash-in-on-advertising-business-in-indonesia.html>
- Aljazeera. (2020, August 14). *China's ByteDance blocked anti-China content in Indonesia: Report*. Retrieved April 12, 2021, from ALJAZEERA: <https://www.aljazeera.com/amp/economy/2020/8/14/chinas-bytedance-blocked-anti-china-content-in-indonesia-report>
- Amirio, D. (2015, May 29). *China launches Hi-Indo! 24-hour TV channel in RI*. Retrieved March 25, 2021, from TheJakartaPost: <https://www.thejakartapost.com/amp/news/2015/05/29/china-launches-hi-indo-24-hour-tv-channel-ri.html>
- Amirio, D. (2015, May 29). *China launches Hi-Indo! 24-hour TV channel in RI*. Retrieved May 15, 2021, from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/news/2015/05/29/china-launches-hi-indo-24-hour-tv-channel-ri.html>
- Anjaiah, V. (2015, May 22). *China to launch new TV channel in RI next week*. Retrieved April 2, 2021, from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/news/2015/05/22/china-launch-new-tv-channel-ri-next-week.html>
- Ansori, F. (2017). Pusat Bahasa Mandarin Universitas Al Azhar Indonesia: Refleksi dan Proyeksi Hubungan Sosial Budaya China-Indonesia. *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA*, Vol. 4, No. 1, p. 15.
- ANTARANEWS. (2015, April 13). *Hubungan Indonesia-Tiongkok: dari Soekarno hingga Jokowi*. Retrieved October 9, 2020, from ANTARANEWS: <https://m.antaranews.com/amp/berita/490460/hubungan-indonesia-tiongkok-dari-soekarno-hingga-jokowi>
- ANTARANEWS. (2020, August 1). *South China Sea: Indonesia asks China to honor UNCLOS*. Retrieved October 9, 2020, from ANTARANEWS: <https://en.antaranews.com/amp/news/153350/south-china-sea-indonesia-asks-china-to-honor-unclos>

- ANTARANEWS. (2020, August 1). *South China Sea: Indonesia asks China to honor UNCLOS*. Retrieved October 9, 2020, from ANTARANEWS: <https://en.antaranews.com/amp/news/153350/south-china-sea-indonesia-asks-china-to-honor-unclos>
- AP. (2020, September 16). *Indonesian patrol confronts Chinese ship in economic zone near disputed South China Sea*. Retrieved October 9, 2020, from The Economic Times: https://m.economictimes.com/news/international/world-news/indonesian-patrol-confronts-chinese-ship-in-economic-zone-near-disputed-south-china-sea/amp_articleshow/78138691.cms
- BBCNEWS. (2020, July 14). *South China Sea: What's China's plan for its 'Great Wall of Sand'?* Retrieved October 9, 2020, from BBCNEWS: <https://www.bbc.com/news/amp/world-asia-53344449>
- Bungin, P. D. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- CNBC, R. (2019, September 08). *Tenaga Kerja Asing di RI Meroket 38%, Terbanyak dari China!* Retrieved January 08, 2021, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190908075511-4-97843/tenaga-kerja-asing-di-ri-meroket-38-terbanyak-dari-china>
- CNN. (2017, October 26). *Mengurai Pengaruh Kuasa Super Xi Jinping pada Dunia*. Retrieved October 10, 2020, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20171026114840-113-251220/mengurai-pengaruh-kuasa-super-xi-jinping-pada-dunia>
- CNNIndonesia. (2019, October 18). *Relasi Indonesia-China di Era Jokowi: Mau tapi Malu*. Retrieved September 7, 2020, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20191017121413-106-440311/relasi-indonesia-china-di-era-jokowi-mau-tapi-malu>
- CRIOnline. (2021, January 23). *Xi Jinping: Tingkatkan Pemberantasan Korupsi dan Sejahterakan Masyarakat*. Retrieved March 24, 2021, from CRI Online: <http://indonesian.cri.cn/20210123/fc24f803-d989-3556-3493-403bd72b5fdf.html>
- Dao, T. (2020, January 8). *Tensions flare as China claims historical right to Indonesian waters in the South China Sea*. Retrieved October 9, 2020, from SeafoodSource: <https://www.seafoodsource.com/news/supply-trade/tensions-flare-as-china-claims-historical-right-to-indonesian-waters-south-china-sea>
- Darmawan, A., & Putri, R. D. (2021). China's Implementation of Panda Diplomacy in Indonesia: A Review of Constructivist Perspectives. *JISEA*, 2.

- databoks. (2016, December 13). *Indonesia, Populasi Etnis Cina Terbanyak di Dunia*. Retrieved January 01, 2021, from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/12/13/indonesia-populasi-etnis-cina-terbanyak-di-dunia#>
- databoks. (2016, December 13). *Indonesia, Populasi Etnis Cina Terbanyak di Dunia*. Retrieved May 15, 2021, from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/12/13/indonesia-populasi-etnis-cina-terbanyak-di-dunia>
- d'Hooghe, I. (2015). *China's Public Diplomacy*. Koninklijke Brill NV.
- Effendi, T. D., & Deniar, S. M. (2019). China's Image and Public Diplomacy through Cultural Activity: Case Study on Summer Camp Program by Confucius Institute in Malang, Indonesia. *China's Image and Public Diplomacy through Cultural Activity*, 3-4.
- Fitriani, A. (2020, August 14). *Hubungan Ekonomi Indonesia-China Makin 'Mesra' Meski Di Tengah Pandemi Covid-19*. Retrieved October 9, 2020, from RMOL.ID: <https://rmol.id/amp/2020/08/14/448113/https-dunia-rmol-id-read-2020-08-14-448113-hubungan-ekonomi-indonesia-china-makin-mesra-meski-di-tengah-pandemik-covid-19>
- Fitriani, A. (2020, Agustus 14). *Hubungan Ekonomi Indonesia-China Makin 'Mesra' Meski Di Tengah Pandemi Covid-19*. Retrieved October 10, 2020, from RMOL.ID: <https://rmol.id/amp/2020/08/14/448113/https-dunia-rmol-id-read-2020-08-14-448113-hubungan-ekonomi-indonesia-china-makin-mesra-meski-di-tengah-pandemik-covid-19>
- Gill, J. (2009). China's Confucius Institute Project: Language and Soft Power in World Politics. *The Global Studies Journal*, 64-67.
- Grossman, D. (2020, January 16). *Why Is China Pressing Indonesia Again Over Its Maritime Claims?* Retrieved October 10, 2020, from worldpoliticsreview.com: <https://www.worldpoliticsreview.com/amp/insights/28476/why-is-china-pressing-indonesia-again-over-the-natuna-islands>
- Gurgu, E., & Cociuban, A. D. (2016). The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization. *Economic Series*. Issue 2, p. 134.
- Harsono, N. (2020, July 13). *China's TikTok enters race to digitize Indonesian SMEs*. Retrieved March 25, 2021, from TheJakartaPost: <https://www.thejakartapost.com/amp/news/2020/07/13/chinas-tiktok-enters-race-to-digitize-indonesian-smes.html>

- Hartig, F. (2016). *Chinese Public Diplomacy: The Rise of Confucius Institute*. Communication, Politics and Culture.
- Hein, M. v., & Permadi, R. (2009, September 30). *Cina dan Usaha Menyebarluaskan Budayanya*. Retrieved October 10, 2020, from DW: <https://www.dw.com/id/cina-dan-usaha-menyebarkan-budayanya/a-4746454>
- Ho, C. (2018). China's Public Diplomacy in Indonesia : Problems and Challenges. *China's Public Diplomacy in Indonesia*, 35-36.
- Ho, C. (2018). China's Public Diplomacy in Indonesia : Problems and Challenges. *China's Public Diplomacy in Indonesia*, 38-39.
- Ho, C. (2018). China's Public Diplomacy in Indonesia : Problems and Challenges. *China's Public Diplomacy in Indonesia*, 40-41.
- Ho, C. (2018). China's Public Diplomacy in Indonesia : Problems and Challenges. *China's Public Diplomacy in Indonesia*, 14-18.
- Ho, C. (2018). China's Public Diplomacy in Indonesia : Problems and Challenges. *China's Public Diplomacy in Indonesia*, 35-36.
- HOON, C.-Y. (2019). Continuity and Change: The Dynamics of Chineseness in Indonesia. *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal*, Vol. 19, 2.
- Huang, Y., & Ding, S. (2006). *Dragon's underbelly: an analysis of China's soft power*. East Asia.
- Hubert, J. (2019). *China in the World: An Anthropology of Confucius Institutes Power, and Globalization*. United States of America: University of Hawai'i Press.
- Idrus, P. G. (2020, January 10). *China, Indonesia tread with caution amid brewing tension*. Retrieved October 10, 2020, from Asia - Pacific: <https://www.aa.com.tr/en/asia-pacific/china-indonesia-tread-with-caution-amid-brewing-tension/1698412>
- Indonesia, E. o. (2013, October 10). *Presiden Tiongkok Xi Jinping Menerima Wawancara Tertulis Media Indonesia dan Malaysia*. Retrieved March 25, 2021, from Embassy of the People's Republic of China in the Republic of Indonesia: <https://www.fmprc.gov.cn/ce/ceindo/indo/ztbd/002lhdfhj/t1086900.htm>
- Jain, B. (2017). *China's Soft Power Diplomacy in South Asia*. London: Lexington Books.

- Jazeera, A. (2020, August 14). *China's ByteDance blocked anti-China content in Indonesia: Report*. Retrieved March 25, 2021, from ALJAZEERA: <https://www.aljazeera.com/amp/economy/2020/8/14/chinas-bytedance-blocked-anti-china-content-in-indonesia-report>
- Jiao, W., & Yunbi, Z. (2013, October 7). *Xi pledges to boost ties with Indonesia*. Retrieved September 7, 2020, from China Daily USA: http://usa.chinadaily.com.cn/china/2013-10/03/content_17008003.htm
- Jibki, K. (2020, July 25). *Indonesian navy makes show of force in South China Sea*. Retrieved October 9, 2020, from Nikkei Asia: <https://asia.nikkei.com/Politics/International-relations/South-China-Sea/Indonesian-navy-makes-show-of-force-in-South-China-Sea>
- Jirik, J. (2016). CCTV News and Soft Power. *International Journal of Communication*, 35-38.
- kominfo. (2018, September 17). *Ini yang Dilakukan Tik Tok untuk Memulihkan Citranya di Indonesia*. Retrieved April 10, 2021, from Kominfo: https://kominfo.go.id/content/detail/14418/ini-yang-dilakukan-tik-tok-untuk-memulihkan-citranya-di-indonesia/0/sorotan_media
- Kurniawan, S. (2020, August 25). *Xi Jinping: Membuka China ke dunia luar adalah kebijakan dasar negara*. Retrieved October 10, 2020, from kontan.co.id: <https://amp.kontan.co.id/news/xi-jinping-membuka-ke-dunia-luar-adalah-kebijakan-dasar-negara>
- Lalisang, Y. (2013). KUNJUNGAN PRESIDEN XI JINPING KE INDONESIA DARI PERSPEKTIF MEDIA DI INDONESIA DAN TIONGKOK: SUATU KAJIAN PENDAHULUAN. *GLOBAL*, 230.
- Lema, Y. F. (2019, September 17). *Poros Maritim Dunia dan Kemitraan Strategis Indonesia-China*. Retrieved October 9, 2020, from detiknews: <https://news.detik.com/kolom/d-4709274/poros-maritim-dunia-dan-kemitraan-strategis-indonesia-china>
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- Leonard, M. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre, 9-11.
- Lien, D., Oh, C. H., & Selmier, W. T. (2011). Confucius institute effects on China's trade and FDI: Isn't it delightful when folks afar study Hanyu. *International Review of Economics and Finance*, 147-148.

- Lu, J. (2017). Understanding the Chinese Diaspora: The Identity Construction of Diasporic Chinese in the Age of Digital Media. *Understanding the Chinese Diaspora*, 12-13.
- Lu, J. (2017). Understanding the Chinese Diaspora: The Identity of Diasporic Chinese in the Age of Digital Media. *Understanding the Chinese Diaspora*, 12-13.
- Muhaimin, S. (2020, August 05). *Media China Sentil Indonesia karena Menentang Klaim China di Laut China Selatan*. Retrieved March 24, 2021, from SINDONEWS.com:
<https://international.sindonews.com/read/123774/40/media-china-sentil-indonesia-karena-menentang-klaim-china-di-laut-china-selatan-1596618526/10>
- Muhammad, R. (2020, December 3). *Indonesia And China Growing Closer?* Retrieved May 15, 2021, from THE ASEAN POST:
<https://theaseanpost.com/article/indonesia-and-china-growing-closer>
- Mulia, K., & Cortese, A. (2020, December 2). *Chinese Social Apps Tussle in Indonesia Influencer Economy*. Retrieved April 12, 2021, from KrAsia:
<https://kr-asia.com/chinese-social-apps-tussle-in-indonesia-influencer-economy>
- Muzakki, F. (2017, September 29). *Diplomasi Panda Tirai Bambu di Indonesia*. Retrieved January 10, 2021, from kompas.com:
<https://internasional.kompas.com/read/2017/09/29/19355721/diplomasi-panda-tirai-bambu-di-indonesia?page=all>
- Namibia, E. o. (2013, October 2). *President Xi Jinping Arrives in Jakarta for State Visit to Indonesia*. Retrieved February 27, 2021, from Embassy of the People's Republic of China in the Republic of Namibia:
<https://www.fmprc.gov.cn/ce/cena/eng/zgxw/t1084886.htm>
- Nan, Z. (2021, January 20). *SOE reforms, revamp receive fresh impetus*. Retrieved March 24, 2021, from CHINADAILY.com:
<http://global.chinadaily.com.cn/a/202101/20/WS60078068a31024ad0baa3bd0.html>
- Nepal, E. o. (2013, October 03). *President Xi Jinping Meets with Speaker Marzuki Alie of the House of Representatives of Indonesia*. Retrieved May 15, 2021, from Embassy of the People's Republic of China in Nepal:
<http://np.chineseembassy.org/eng/zgwj/t1085024.htm>
- Noi, G. S. (2018, February 9). *China wants closer ties with Indonesia, says Premier Li Keqiang*. Retrieved October 9, 2020, from THE STAIRTS TIME:

<https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/china-wants-closer-ties-with-indonesia-says-li>

- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, J. J. (2004). *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. New York: publicaffairs.
- Oktarianisa, S. (2020, February 12). *Muncul ke Publik & Xi Jinping Sanjung Jokowi, Ada Apa?* Retrieved March 24, 2021, from CNBC INDONESIA: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200212084633-4-137154/muncul-ke-publik-xi-jinping-sanjung-jokowi-ada-apa>
- Olimat, M. S. (2013). *China and the Middle East: From Silk Road to Arab Spring*. Canada: Routledge.
- Pajtinka, E. (2019). Public Diplomacy as a Theoretical Problem: Searching for a Definition. *EJTS European Journal of Transformation Studies*, Vol. 7, No. 2, 22.
- Pajtinka, E. (2019). Public Diplomacy as a Theoretical Problem: Searching for a Definition. *EJTS European Journal of Transformation Studies*, Vol. 7, No. 2, 26.
- Press, A. (2020, September 27). *South China Sea Watch: China holds drills amid new tensions*. Retrieved October 9, 2020, from The Washington Post: https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/south-china-sea-watch-china-holds-drills-amid-new-tensions/2020/09/27/053dc004-013d-11eb-b92e-029676f9ebec_story.html?outputType=amp
- Rakhmat, M. Z. (2019, April 18). *Chinese Culture Gradually Penetrates Indonesia*. Retrieved December 30, 2020, from The Diplomat: <https://thediplomat.com/2019/04/chinese-culture-gradually-penetrates-indonesia/>
- Rakhmat, M. Z., & Aryansyah, W. (2020, July 4). *Rising Anti-Chinese Sentiment In Indonesia*. Retrieved October 9, 2020, from THE ASEAN POST: <https://theaseanpost.com/article/rising-anti-chinese-sentiment-indonesia?amp>
- Ranggasari, R. (2021). *China to Help Indonesia become ASEAN Vaccine Production Center, Minister Says*. Retrieved June 13, 2021, from TEMPO.CO: <https://en.tempo.co/read/1439961/china-to-help-indonesia-become-asean-vaccine-production-center-minister-says>

- Rosidi, A. (2015). Aktualisasi Ajaran Konfusianisme Dalam Membangun Etnis Tionghoa. *Perspektif Etnis Tionghoa Surakarta*, 174.
- Saudale, V. & Siniwi, R. M. (2016). *Indonesia to Welcome Two Pandas From China in September*. Retrieved June 13, 2021, from Jakarta Globe: <https://jakartaglobe.id/opinion/indonesia-welcome-two-pandas-china-september/>
- Siregar, K. (2020). *Why Indonesia is reaffirming its position on the South China Sea and turning down China's offer for bilateral talks*. Retrieved June 13, 2021, from Channel News Asia: <https://www.channelnewsasia.com/news/asia/indonesia-china-south-china-sea-united-nations-12847188>
- SRBJI, A. N. (2013, October 3). *President Xi Jinping Meets with Speaker Marzuki Alie of the House of Representatives of Indonesia*. Retrieved March 25, 2021, from AMBASADA NARODNE REPUBLIKE KINE U REPUBLICI SRBJI: <http://rs.chineseembassy.org/eng/xwdt/t1085024.htm>
- Sudworth, J. (2014, December 22). *Confucius institute: The hard side of China's soft power*. Retrieved May 12, 2019, from BBC News: <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-30567743>
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis: Suaka Media*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Suryadinata, L. (2020, September 1). *Rising China: Indonesia Chinese Language Newspaper Avoid Taking Sides*. Retrieved April 12, 2021, from thinkchina: <https://www.thinkchina.sg/rising-china-indonesia-chinese-language-newspaper-avoid-taking-sides>
- Suryadinata, L. (2020, September 1). *Rising China: Indonesia's Chinese-language newspapers avoid taking sides*. Retrieved March 24, 2021, from ThinkChina: <https://www.thinkchina.sg/rising-china-indonesias-chinese-language-newspapers-avoid-taking-sides>
- Suryadinata, L. (2020, September 1). *Why Indonesia's pro-Beijing Chinese newspaper are on a slow decline*. Retrieved June 13, 2021, from South China Morning Post: <https://www.scmp.com/week-asia/opinion/article/3099572/why-indonesias-pro-beijing-chinese-newspapers-are-slow-decline>
- Tempo.co. (2014, November 9). *Xi Jinping: Cina-Indonesia Jauh tapi Dekat*. Retrieved October 9, 2020, from Tempo.co: <https://nasional.tempo.co/amp/620678/xi-jinping-cina-indonesia-jauh-tapi-dekat>

- TheJakartaPost. (2020, February 20). *Banned and adored: TikTok in a nutshell*. Retrieved April 10, 2021, from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/life/2020/02/20/banned-and-adored-tiktok-in-a-nutshell.html>
- Theo, R. (2018, 04 18). *The University of Melbourne*. Retrieved 06 25, 2019, from Indonesia at Melbourne: <https://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/chinas-confucius-institutes-in-indonesia-walking-a-fine-line/>
- Umagapi, J. L. (2017). The Rise of China-Indonesia Relationship: Soft Power, Resources, and Prospect in the Future. *Indonesian Perspective*, 137-139.
- Utomo, A. H. (2013, October 2). *Deepening China and Indonesia partnership*. Retrieved September 7, 2020, from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/news/2013/10/02/deepening-china-and-indonesia-partnership.html>
- Wang, J. (2011). *Soft Power in China Public Diplomacy through Communication*. New York: Palgrave Macmillan.
- Wang, J. (2011). *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*. New York: Palgrave Macmillan.
- Wijaya, L. (2018). Freenemies in the Media: Maritimr Sovereignty and Propaganda Regarding the South China Sea. *IKAT: The Indonesian Journal of Southeast Asian Studies*, 169.
- Yas. (2020, August 11). *onlinecitizenasia*. Retrieved October 9, 2020, from Escalating tensions in South China Sea a real test for Indonesia and ASEAN unity: <https://www.onlinecitizenasia.com/2020/08/11/escalating-tensions-in-south-china-sea-a-real-test-for-indonesia-and-asean-unity/#>
- You, W. (2018). The Rise of China with Cultural Soft Power in the Age of Globalization. *Journal of Literature and Art Studies*, 164.
- Yu, T., & Jiayi, W. (2018, June 27). *Confucius Institute*. Retrieved April 22, 2019, from Oxford Bibliographies: <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199920082/obo-9780199920082-0149.xml>
- ZulfikarRahmat, M. (2019, April 18). *Chinese Culture Gradually Penetrates Indonesia*. Retrieved April 1, 2021, from The Diplomat: <https://thediplomat.com/2019/04/chinese-culture-gradually-penetrates-indonesia/>

