

**CHINESE PUBLIC DIPLOMACY TOWARDS AFRICA IN THE CHINA
GLOBAL TELEVISION NETWORK (CGTN) 2016-2020**

Oleh: Ilma Zakia

Email : ilmazakia21@gmail.com

Pembimbing: Dra. Den Yealta, M.Phil

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

China seeks greater engagement with Africa, increasing its potential to shape narratives in a persuasive way that can support its image or interests abroad. This research focuses on the CGTN in Africa as China's flagship effort to win the hearts and minds of the people in the African Region. The momentum is marked by the establishment of a CGTN production center in Nairobi, Kenya in January 2011.

This research built theoretically using a constructivist perspective and is supported by the theory of public diplomacy. The formulation of all arguments, data, facts, and theoretical framework in this study uses a qualitative description method. This study also uses the nation-state as a level of analysis.

The result of this research conclude that China is making efforts to form a positive image in the African Region by utilizing CGTN, as one of the media owned by the government. China uses CGTN as a soft power instrument in conveying ideas, values and culture; conducting public diplomacy by involving CGTN as a supporting actor for public diplomacy activities; as well as using CGTN to sway African public opinion about China.

Keywords: CGTN, Public Diplomacy, African Region, foreign policy, China-Africa relations

PENDAHULUAN

Kehadiran Tiongkok di Afrika adalah hasil dari kemitraan kedua negara yang terus berkembang, yang memuncak dari kebijakan luar negerinya sendiri yaitu *One Belt One Road* yang berkembang serta tanggapan terhadap dinamika global dan kontinental yang ada. Khususnya di abad ke-21, Tiongkok sadar bahwa Tiongkok tidak dapat melepaskan diri dari isu-isu dunia dan meningkatkan keterlibatan dengan negara-negara berkembang.¹

Pada bulan November 2012, Kongres Nasional Partai Komunis Tiongkok (CPC) ke-18 mengumumkan arah baru untuk diplomasi publik, menekankan pada visi Presiden Xi Jinping melalui gagasan '*The Chinese Dream of The Great Rejuvenation of The Chinese Nation*'.² Presiden Xi Jinping mendorong media Tiongkok untuk memperkuat kapasitas komunikasi internasionalnya. Hal ini menunjukkan keyakinan politik Tiongkok bahwa kekuatan politik tumbuh dari budaya dan nilai-nilainya serta dari kekuatan *hard power*-nya.³ Pada pertemuan PKC pada akhir 2014, Xi Jinping menyoroti pentingnya komunikasi internasional bagi Tiongkok ketika mengatakan, "Kita harus meningkatkan *soft power*, memberikan narasi bahasa

Mandarin yang baik, dan mengkomunikasikan pesan-pesan Tiongkok kepada dunia dengan lebih baik. Pernyataan-pernyataan ini menggambarkan bahwa kepemimpinan Tiongkok sadar bahwa reputasi Tiongkok di negara-negara lain dapat menjadi faktor utama dalam penilaian terhadap niat Tiongkok dan dalam tanggapan negara lain yang sesuai terhadap peningkatan kemampuan Tiongkok.⁴

Diplomasi publik Tiongkok terhadap Afrika berfungsi sebagai strateginya untuk memperbaiki hubungan asimetris yang dirasakan dengan Afrika. Hubungan yang asimetris lahir dari persepsi internasional bahwa adanya tuduhan Tiongkok mengeksploitasi Afrika dalam kemitraan ekonomi kedua negara. Diplomasi publik Tiongkok terhadap Afrika menekankan pada membangun rasa solidaritas timbal balik untuk membangkitkan rasa keterhubungan dan identitas bersama dengan Afrika.⁵ Faktor terpenting yang membentuk diplomasi Tiongkok adalah kebangkitan ekonominya yang memungkinkannya untuk menegaskan dirinya sebagai pemain global. Meski demikian, kebangkitan ekonomi ini juga diinterpretasikan sebagai ancaman oleh banyak negara. Perkembangan politik, seperti peningkatan kebebasan individu secara bertahap, keterbukaan dan kesadaran sipil telah memfasilitasi munculnya aktor 'non-

¹ Kurlantzick J. (2007). Tiongkok's New Diplomacy and its Impact on the World. *Brown Journal of International Affairs*, 14(1), 224

² Xi Jinping: The Governance of Tiongkok. Diakses di <http://www.npc.gov.cn/englishnpc/xjptgoc/xjptgoc.shtml>

³ Yanling Zhu, "Tiongkok's 'new cultural diplomacy' in international broadcasting: branding the nation through CGTN Documentary", *International Journal of Cultural Policy*, 2020:1

⁴ Xinhuanet, Xi Jinping: Build a socialist cultural power and focus on improving the country's cultural soft power, diakses di http://www.xinhuanet.com/politics/2013-12/31/c_118788013.htm

⁵ Kim Y, 2020. "The Role of Tiongkok's Public Diplomacy in Sino-Africa Economic Relations." *Journal of International Politics Studies*, vol. 23, no. 1, 191

negara' dalam diplomasi Tiongkok. Faktor kedua yang memicu diplomasi Tiongkok adalah perkembangan pesat kebijakan luar negerinya. Perkembangan kebijakan luar negeri Tiongkok sejalan dengan modernisasi ekonominya, dimana Tiongkok membutuhkan lingkungan internasional yang stabil dan damai untuk mempertahankan pertumbuhan ekonominya.⁶

Tiongkok menggunakan diplomasi publiknya untuk meningkatkan hubungan ekonomi dengan negara-negara Afrika dengan mengisi kesenjangan yang muncul dari hubungan ekonomi yang timpang, dan untuk mencapai tujuan diplomatiknya dalam hubungan Sino-Afrika. Tidak seperti kebijakan Tiongkok di Afrika sebelumnya, yang menekankan hanya pada kepentingan ekonomi di Afrika, kebijakan Tiongkok di Afrika antara tahun 2006 dan 2015 mulai meningkatkan kebijakannya terhadap Afrika, berdasarkan diplomasi publik Tiongkok, untuk mempertimbangkan kesejahteraan, pendidikan, sistem kesehatan, pengembangan sumber daya manusia rakyat Afrika, pengentasan kemiskinan, dan pembangunan ekonomi Afrika berdasarkan kerjasama politik dan ekonomi yang diperkuat antara Tiongkok dan Afrika. Selain itu, Tiongkok memiliki Kerjasama multilateral dengan negara-negara Afrika melalui Forum Kerjasama Tiongkok-Afrika (FOCAC) dan memanfaatkan konten rinci diplomasi publik Tiongkok di bidang pendidikan, media, pertukaran budaya, pertukaran *people to people*,

⁶ d'Hooghe, I. 2007. "The Rise of Chia's Public Diplomacy." *Clingendael Diplomacy Papers*, no. 12. Netherland Institute of International Relations, Clingendael, 17

dan lain-lain untuk saling pengertian dan manfaat di bawah kerjasama *win-win solution*.⁷

Pada akhir tahun 2000-an, Tiongkok mulai menunjukkan dirinya sebagai kekuatan baru dengan menunjukkan minat eksplisit dalam diplomasi publik yang memengaruhi sikap publik terhadap keputusan kebijakan luar negeri.⁸ Saat ini terdapat berbagai instrumen diplomasi publik yang telah digunakan untuk membentuk citra Tiongkok di Afrika, seperti pendirian Institut Konfusius di luar negeri, beasiswa, dan pertukaran akademik. Salah satu langkah yang semakin dikembangkan dari diplomasi publik Tiongkok adalah keterlibatan medianya di Afrika, yang didorong oleh era informasi dan kebutuhan akan komunikasi global.⁹ Pada gilirannya, Tiongkok telah menggunakan platform medianya sendiri untuk melibatkan audiens di wilayah yang penting secara strategis.

Jejak Tiongkok di sektor media Afrika selama dekade terakhir telah mencapai dimensi yang tidak mungkin luput dari perhatian. Contohnya, di Afrika Selatan, media Tiongkok telah terlibat dalam berbagai aktivitas, termasuk produksi dan distribusi konten, pengembangan infrastruktur, investasi langsung di media lokal, dan pelatihan jurnalis. Selanjutnya, Tiongkok banyak berinvestasi pada medianya sendiri

⁷ KIM, YUNHEE (2018) *Tiongkok's public diplomacy towards Africa*, Durham theses, Durham University. Available at Durham E-Theses

⁸ Bolewski, W. & Rietig, C. M. (2008). *The Cultural Impact on Tiongkok's New Diplomacy*. *The Whitehead Journal of Diplomacy and International Relations*, 9(2), 90

⁹ Latham, K. (2009). *Media, the Olympics and the search for the "real Tiongkok"*. *The Tiongkok Quarterly*, 197, 32

di Afrika, dengan lembaga media milik negara hadir di sekitar 28 negara. Sejak 2012, Tiongkok meliputi Afrika melalui Tiongkok Radio International, Xinhua, Tiongkok Global Television Network (CGTN) dan Tiongkok Daily's Africa Edition, semua agen media ini milik negara. Selain itu, CGTN membuka kantor pusat cabang di Nairobi, Kenya pada tahun 2012 dan menyiarkan dalam enam bahasa PBB di seluruh Afrika. Investor yang didukung negara Tiongkok juga telah membeli saham di perusahaan media Afrika, termasuk Independent Media Afrika Selatan. Hal ini turut membantu Tiongkok untuk mendapatkan pengaruh dalam lanskap media lokal. Saat ini, Xinhua News memiliki salah satu jaringan koresponden terbesar di Afrika, mengungguli penyiar internasional lainnya dalam jurnalisme lokal. Ada juga peningkatan interaksi antara profesional media lokal Tiongkok dan Afrika termasuk pelatihan, yang menciptakan ruang untuk meliput perspektif satu sama lain.¹⁰

Diplomasi publik memungkinkan Tiongkok menjadi negara yang bertanggung jawab, karena Tiongkok meningkatkan kehadirannya melalui kerja sama dalam sistem internasional dan di panggung global. Pemerintah Tiongkok menggunakan media untuk diplomasi, membawa elemen baru yang kompetitif untuk mempengaruhi negara. Dengan menggunakan diplomasi publik, Tiongkok mengurangi kewaspadaan

negara-negara tetangga, yang disebabkan oleh kemunculannya yang tiba-tiba, dan meningkatkan citra positifnya di masyarakat global melalui citra pembangunan dan penyebaran budaya Tiongkok yang damai. Berdasarkan pemaparan rumusan masalah diatas, penulis mengambil pertanyaan penelitian yaitu *Bagaimana diplomasi publik Tiongkok terhadap Afrika melalui Chinese Global Television Network (CGTN) di Kenya?*

KERANGKA TEORI

Perspektif Konstruktivis

Penelitian ini dibahas dengan perspektif konstruktivisme, di mana konstruktivisme berfokus pada ide. Konstruktivisme beranggapan bahwa *shared ideas* dan *values* membentuk identitas (*ideational identity*) yang pada gilirannya mempengaruhi kepentingan. *Ideational identity interest* inilah yang pada akhirnya menentukan aksi politis.¹¹ Penulis memilih perspektif konstruktivisme sebagai landasan pendekatan karena konstruktivisme memberikan perhatiannya pada kepentingan dan wacana umum yang ada ditengah masyarakat karena wacana merefleksikan dan membentuk keyakinan serta kepentingan, dan mempertahankan norma-norma yang menjadi landasan bertindak masyarakat.

Konstruktivisme melihat dunia, dan apa yang dapat kita ketahui tentang dunia, sebagai konstruksi sosial. Pandangan ini mengacu pada hakikat realitas dan hakikat pengetahuan yang disebut juga ontologi dan epistemology. Alexander Wendt (1995)

¹⁰ Mwakideu, C. 2021. "Experts warn of Tiongkok's growing media influence in Africa." Deutsche Welle, January 29. <https://www.dw.com/en/experts-warn-of-Tiongkoks-growing-media-influence-in-africa/a-56385420>

¹¹ Andrew Linklater., *Theories of International Relations Ind Ed.* (London: Palgrave Macmillan, 2004), 188

memberikan contoh dengan menggambarkan konstruksi sosial realitas pada studi kasus ketika 500 senjata nuklir Inggris kurang mengancam Amerika Serikat dibandingkan dengan lima senjata nuklir Korea Utara. Identifikasi ini tidak disebabkan oleh senjata nuklir (struktur material) melainkan oleh makna yang diberikan pada struktur material (struktur ideasional). Penting untuk dipahami bahwa hubungan sosial antara Amerika Serikat dan Inggris dan Amerika Serikat dan Korea Utara dipersepsikan dengan cara yang sama oleh negara-negara ini, karena pemahaman bersama ini (atau intersubjektivitas) membentuk dasar interaksi mereka. Contoh tersebut juga menunjukkan bahwa senjata nuklir itu sendiri tidak ada artinya kecuali kita memahami konteks sosialnya. Artinya, hal ini menunjukkan bahwa konstruktivisme melampaui realitas material dengan memasukkan efek ide dan keyakinan pada politik dunia. Ini juga berarti bahwa realitas selalu dalam konstruksi, yang membuka prospek perubahan. Dengan kata lain, makna tidak tetap tetapi dapat berubah seiring waktu tergantung pada ide dan keyakinan yang dipegang oleh aktor.¹²

Teori konstruktivisme membahas masalah anarki dalam sistem internasional, Pada tataran konseptual yang sederhana, Alexander Wendt mengklaim bahwa konsepsi realis tentang anarki tidak cukup menjelaskan mengapa konflik terjadi antar negara. Hal utama

adalah bagaimana anarki dipahami, dan Wendt berpendapat bahwa anarki adalah apa yang dibuat oleh negara (*Anarchy is what states make of it*).¹³

Isu sentral lain dari konstruktivisme adalah identitas dan kepentingan. Konstruktivis berpendapat bahwa negara dapat memiliki banyak identitas yang dibangun secara sosial melalui interaksi dengan aktor lain. Identitas adalah representasi dari pemahaman aktor tentang siapa mereka, yang pada gilirannya menunjukkan minat mereka. Identitas merupakan kepentingan dan tindakan. Tindakan suatu negara harus selaras dengan identitasnya. Dengan demikian, suatu negara tidak dapat bertindak bertentangan dengan identitasnya karena ini akan mempertanyakan validitas identitas, termasuk preferensinya.¹⁴

Teori Diplomasi Publik

Menurut Joseph Nye, diplomasi publik merupakan instrumen yang digunakan oleh pemerintah untuk mengerahkan soft power ini untuk berkomunikasi dan menimbulkan ketertarikan dengan masyarakat dengan negara lain, selain dengan pemerintah negara itu sendiri.¹⁵

Diplomasi publik atau sering juga disebut diplomasi rakyat, salah satu dari berbagai upaya yang disponsori pemerintah yang bertujuan untuk berkomunikasi

¹² Sarina Theys, 2018. *Introducing Constructivism in International Relations Theory*. Diakses di <https://www.e-ir.info/2018/02/23/introducing-constructivism-in-international-relations-theory/>

¹³ Robert Dormer, 2017. *The Impact of Constructivism on International Relations Theory: A History*. *Kwansei Gakuin University Social Sciences Review Vol. 22, 2017 Nishinomiya, Japan*, 51.

¹⁴ Op, Cit

¹⁵ Kristina Plavšak Krajnc, 2005. *Public Diplomacy: Basic Concepts And Trends*. Diakses di <https://www.ifimes.org/en/researches/public-diplomacy-basic-concepts-and-trends/2995#>

langsung dengan publik asing. Diplomasi publik mencakup semua upaya resmi untuk meyakinkan sektor-sektor sasaran opini asing untuk mendukung atau menoleransi tujuan strategis pemerintah. Metodenya meliputi pernyataan oleh para pengambil keputusan, kampanye yang bertujuan yang dilakukan oleh organisasi pemerintah yang didedikasikan untuk diplomasi publik, dan upaya untuk membujuk media internasional untuk menggambarkan kebijakan resmi yang menguntungkan bagi khalayak asing.¹⁶

Ada dua jenis dasar diplomasi publik. Yang pertama adalah branding, atau komunikasi budaya, di mana pemerintah berusaha meningkatkan citranya tanpa mencari dukungan untuk tujuan kebijakan langsung. Negara menggunakan strategi branding untuk menumbuhkan citra diri mereka yang lebih baik di dunia. Idealnya, branding menciptakan niat baik umum dan memfasilitasi kerja sama di berbagai masalah. Ini juga membantu menjaga hubungan aliansi jangka panjang dan melemahkan propaganda musuh.¹⁷

Diplomasi publik sebagai suatu usaha untuk mempertinggi mutu komunikasi antara negara dengan masyarakat. Dampak yang ditimbulkan meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan dalam pelaksanaannya tidak lagi dimonopoli oleh pemerintah.¹⁸ Berdasarkan semua definisi itu, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik

berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri.

Esensi dari diplomasi publik adalah salah satu komunikasi langsung dengan publik asing, dengan tujuan untuk mempengaruhi perspektif mereka dan, pada akhirnya, perspektif pemerintah mereka. Dalam hal konten, hal yang ditampilkan adalah kegiatan diarahkan ke luar negeri di bidang informasi, pendidikan, dan budaya, yang tujuannya adalah untuk mempengaruhi pemerintah asing, dengan mempengaruhi warga negaranya. Salah satu diplomasi publik yaitu media, khususnya penyiaran internasional. Hal lainnya termasuk pertukaran budaya dan ilmiah, cendekiawan, intelektual dan seniman; partisipasi dalam festival dan pameran; membangun dan memelihara pusat-pusat kebudayaan; mengajar bahasa; dan membangun liga persahabatan lokal dan asosiasi perdagangan. Saluran media massa digunakan secara langsung untuk mempengaruhi masyarakat umum, sementara saluran lainnya, sebagian besar budaya, berorientasi pada khalayak elit yang diyakini memiliki pengaruh terhadap opini publik.¹⁹

HASIL DAN PEMBAHASAN

DIPLOMASI TIONGGOK MELALUI CHINA GLOBAL TELEVISION NETWORK (CGTN) DI AFRIKA

Sejarah Chinese Global Television Network (CGTN)

Pemerintah Tiongkok sedang mencoba untuk mengatasi apa yang dianggapnya sebagai representasi

¹⁶ Britannica. *Public Diplomacy*. Diakses di <https://www.britannica.com/topic/public-diplomacy>

¹⁷ ibid

¹⁸ Jay Wang, "Public Diplomacy and Global Business," *The Journal of Business Strategy* (2006): 49-58.

¹⁹ Eytan Gilboa (2001) *Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects*, *Diplomacy and Statecraft*, 12:2, 1-28

Tiongkok yang tidak akurat dengan berinvestasi di media internasionalnya sendiri. Peluncuran kembali dan rebranding Tiongkok Central Television (CCTV) sebagai Tiongkok Global Television Network (CGTN) pada akhir 2016 merupakan elemen kunci dari upaya Tiongkok. Banyak orang di Barat melihat upaya Tiongkok memperluas media negaranya sebagai bagian dari 'kampanye pengaruh' yang lebih luas untuk membentuk pandangan dengan cara yang menguntungkan kepentingan negara Tiongkok.

Chinese Global Television Network (CGTN) diluncurkan pada 31 Desember 2016 sebagai platform media multibahasa, disiarkan dalam lima bahasa asing - Inggris, Prancis, Spanyol, Rusia, dan Arab. Penyarannya tersedia di 160 negara. Sebelumnya, saluran ini dikelola oleh Tiongkok Central Television (CCTV). CCTV diluncurkan pada tahun 2009, termasuk versi bahasa Tiongkok, Inggris, Prancis dan Spanyol. Penyiaran pertama difokuskan pada Festival Musim Semi dengan maksud untuk memberikan wawasan tentang perayaan Tahun Baru Imlek.²⁰

Saat ini, CGTN merupakan bagian dari China Media Group, sebuah organisasi negara yang bertanggung jawab atas penyiaran radio dan televisi. Markas besar CGTN berlokasi di Beijing dan terdapat tiga pusat produksi eksternal yaitu di Washington, Nairobi, dan London. Pusat produksi ini memproduksi konten khusus untuk CGTN Bahasa Inggris dan penyarannya juga terpisah, dikenal

sebagai CGTN Amerika, CGTN Afrika, dan CGTN Eropa. Secara resmi, ini diharapkan dapat memperbaiki persepsi Tiongkok dalam skala global. Slogan resmi CGTN adalah *see the difference*, yang menunjukkan karakter global televisi, yang dirancang untuk memberikan perspektif yang berbeda. Tujuan resmi CGTN yang ditunjukkan di situs webnya adalah untuk menyediakan liputan berita yang akurat dan tepat waktu kepada khalayak global serta layanan audiovisual yang kaya, mempromosikan komunikasi dan pemahaman antara Tiongkok dan dunia, dan meningkatkan pertukaran budaya dan rasa saling percaya antara Tiongkok dan lainnya. Negara.²¹

CGTN berupaya mempekerjakan lebih banyak staf lokal untuk meningkatkan pemahaman tentang budaya lokal dan menarik audiens, seringkali melalui kerja sama dengan jurnalis berpengalaman dan terkenal. Misalnya, Elaine Reyes, yang sebelumnya bekerja untuk NBC, atau Mike Walter, yang melapor untuk CBS atau USA Today, bergabung dengan CGTN. Aspek ini juga dapat meningkatkan kredibilitas penyiaran. Strategi ini juga lazim sebelumnya di CCTV. Faktanya, Tiongkok mampu mencurahkan keuangan yang sangat besar yang menarik jurnalis tidak hanya karena remunerasi keuangan

²⁰ Daniel Madrid Morales. "African News With Chinese Characteristics: A Case Study Of Cgtn Africa", *City University Of Hong Kong*. 2018, hal . 3

²¹ David Madrid-Moraless, "Why Are Chinese Media in Africa? Evidence from Three Decades of Xinhua's News Coverage of Africa". Dalam New York: Palgrave Macmillan X. Zhang, H. Wasserman, & W. Mano (Eds.), *China's Media and Soft Power in Africa: Promotion and Perceptions*

Illan, hal 39

tetapi juga karena peluang yang diciptakan oleh anggaran. Namun demikian, setidaknya dalam kasus CGTN-Espanol, 75% karyawannya adalah orang Tionghoa, termasuk semua posisi kunci yang menentukan fungsi televisi.²²

CGTN juga aktif di media sosial sebagai bagian dari “*mobile strategy*” untuk mendiversifikasi aksesibilitas berita CGTN. Saat ini memiliki akun di Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Weibo dan WeChat. Dibandingkan dengan CCTV sebelumnya, yang diperkirakan telah menarik sebagian besar diaspora Tionghoa dan penutur bahasa Tionghoa yang ingin meningkatkan kemampuan bahasa asing mereka.²³

CGTN mengintegrasikan elemen nasional dan global dalam strategi brandingnya di bawah bimbingan negara. Konvergensi nasionalisme dan globalisasi adalah tema umum yang direpresentasikan dalam program berita dan urusan publiknya. Dengan cara ini, CGTN membingkai identitas nasional Tiongkok yang mencakup globalisasi sekaligus mempertahankan nilai-nilai nasional tradisional.

Chinese Global Television Network (CGTN) di Afrika

Chinese Global Television Network (CGTN) diluncurkan pertama kali di Afrika pada 11 Januari 2012. CGTN adalah strategi untuk meningkatkan citra Tiongkok di luar negeri. Peluncuran CGTN Afrika ditandai dengan serangkaian

upaya. Pada tahun 2010, jurnalis Tiongkok yang bekerja untuk cabang internasional CCTV, yang kemudian dikenal sebagai CCTV-9, dikirim ke Nairobi untuk mendirikan ruang redaksi kecil yang akan menjadi pusat regional untuk Afrika. Kemudian, sekelompok manajer, editor, dan jurnalis Tiongkok dikirim ke Nairobi untuk mendukung jurnalis yang dikerahkan sebelumnya dan untuk mulai merekrut staf lokal yang dapat memberikan tim lokal ke CCTV Afrika. Hanya dalam beberapa bulan, CGTN Afrika dimulai pada 11 Januari 2012. Sementara CGTN Afrika menawarkan siaran dua jam setiap hari, CNN Afrika dan BBC Afrika menawarkan masing-masing hanya tiga puluh menit.²⁴

Di Afrika Barat, seperti di Ghana, Tiongkok menyiarkan langsung ke sebagian besar sub-wilayah melalui satelit melalui DSTV Africa dan StarTimes di Nigeria. CGTN News bermaksud untuk memperkuat liputan berita di Afrika. Dengan demikian, CGTN News ingin mempromosikan komunikasi dan kerja sama antara Tiongkok dan negara-negara Afrika di bidang politik, ekonomi, perdagangan, dan budaya. Pusat Produksi Berita CGTN Afrika dianggap sebagai langkah penting dalam memperluas kemampuan liputan berita global CGTN. Ini juga dianggap sebagai langkah penting menuju penyelesaian jaringan pengumpulan berita global CGTN untuk meningkatkan daya saing CGTN.²⁵

²² Falk Hartig, *How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests*. *International Studies Review Advance Access* published June 12, 2016, 14

²³ *ibid*

²⁴ Iginio Gagliardone, “China as a Persuader: CCTV Africa’s First Steps in the African Mediasphere”, *Equid Novi: African Journalism Studies*, 34:3, 25-40

²⁵ *ibid*

CGTN Afrika akan menyediakan platform bagi audiens Tiongkok untuk lebih memahami Afrika dan mempromosikan persahabatan Tiongkok-Afrika sehingga Tiongkok yang sebenarnya dapat diperkenalkan ke Afrika, dan Afrika yang sebenarnya dapat disajikan kepada dunia. CGTN Afrika memproduksi berita harian, acara bisnis dan budaya. yang termasuk dalam program CGTN Afrika adalah *Africa Live*, *Talk Africa*, *Global Business Africa* dan *Faces of Africa*.²⁶

CGTN Afrika berusaha memengaruhi persepsi tentang Tiongkok dan keterlibatan Tiongkok di benua Afrika, tidak dengan secara langsung menawarkan citra alternatif tentang Tiongkok, tetapi dengan cara menawarkan perspektif baru bagi dunia tentang bagaimana memandang Afrika. Di Afrika, Kenya adalah batu loncatan pertama untuk CGTN Afrika, dengan tujuan memberikan pandangan terhadap Afrika kepada dunia. CGTN yang berbasis di Nairobi memproduksi program harian dari seluruh Afrika.²⁷

CGTN Sebagai Alat Strategis Dalam Diplomasi Publik Afrika

Tiongkok berusaha untuk menarik simpati masyarakat Afrika dengan berfokus pada CGTN Afrika sebagai upaya Tiongkok untuk memenangkan hati dan pikiran rakyat di benua Afrika. Gagasan ini pertama kali muncul sejak Forum Kerjasama Tiongkok-Afrika

(FOCAC) ketiga, yang berlangsung di Beijing pada tahun 2006, media Tiongkok telah memulai langkah untuk mendekati Afrika dan mendapatkan pengaruh di ranah medianya. CGTN Afrika memengaruhi persepsi tentang Tiongkok dan keterlibatan Tiongkok di Afrika, namun dengan metode yang tidak secara langsung menawarkan citra alternatif terhadap Tiongkok, tetapi dengan memajukan cara baru dalam memandang Afrika.²⁸

Awal 2012 Tiongkok memulai stasiun televisi CGTN Afrika berbahasa Inggris. Selain talkshow dan dokumentasi, CGTN juga memproduksi rubrik TV Internet bagi pengguna telepon genggam. Dalam waktu dekat, seratus koresponden Tiongkok di Afrika akan dipekerjakan. Selain itu, layanan berita mobile pertama terwujud berkat kerjasama kantor berita Xinhua dengan operator telepon seluler di Kenya.

Tiongkok ingin meraih keberhasilan di media cetak. Sejak Desember 2012, koran mingguan "China Daily-Africa Weekly" diterbitkan di Nairobi, ibukota Kenya. Nairobi adalah pusat media di Afrika Timur. Beberapa stasiun radio Tiongkok juga bermarkas di sana, termasuk Tiongkok Radio International yang melakukan siaran dalam lebih dari 50 bahasa.

Melalu CGTN Afrika, Tiongkok membangun narasi tentang Afrika, dan bukan penggambaran Tiongkok secara akurat, melainkan dengan membangun citra positif

²⁶ Dani Moralles, "Narratives of Contemporary Africa on China Global Television Network's Documentary Series Faces of Africa", *Journal of Asian and African Studies* 1–15 2018, hal.12

²⁷ Dani Madrid-Morales dan Lauren Gorfinkel, "China as a Persuader: CCTV Africa's First Steps in the African Mediasphere". *Journal of Asian and African Studies* 53(1):002190961876249, 2018

²⁸ Dani Madrid-Morales dan Lauren Gorfinkel, "China as a Persuader: CCTV Africa's First Steps in the African Mediasphere". *Journal of Asian and African Studies* 53(1):002190961876249, 2018

menyangkut pemberitaan negara-negara di Afrika. CGTN Afrika diluncurkan pada saat ekonomi Afrika tumbuh pada tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya dan persepsi Afrika perlahan berubah menjadi lebih baik. Pelaporan positif CGTN Afrika memanfaatkan narasi 'Afrika yang bangkit', semakin memperkuatnya dan membantu mbingkai media Tiongkok sebagai sekutu aktor Afrika yang telah lama berusaha mengembalikan citra negatif benua Afrika di mata media Barat, sebagai salah satu yang sering di gambarkan dengan situasi perang, HIV dan kelaparan. Melalui CGTN Afrika, Tiongkok bertujuan untuk memperkuat suaranya di sebuah benua dimana terdapat kepentingan negaranya.

Kampanye Tiongkok untuk memenangkan hati dan pikiran melalui pengaruh media di Afrika, dikombinasikan dengan investasi infrastruktur sebagai bagian dari Tiongkok yang telah banyak berinvestasi di media lokal dan internasional milik publik untuk membantu membawa kehadiran dan pengaruhnya ke dunia. Di Kenya, semua saluran CGTN tersedia melalui platform TV digital. Juga tersedia dan disiarkan dari Nairobi adalah versi bahasa Inggris China Global Television Network (CGTV). Berasal dari penyiaran yang dominan dalam bahasa Mandarin dari Beijing, Tiongkok telah menunjukkan pemahamannya tentang pengaruh media untuk menyebarkan *soft power-nya* ke dunia. CGTN disiarkan dalam bahasa Inggris dari Beijing dan setidaknya 20 ibu kota dunia, adalah upaya terbesar Tiongkok untuk menjangkau dunia. Pertumbuhan CGTN berbanding lurus dengan kebijakan pemerintah

pusat di Tiongkok untuk mempromosikan dan memperluas cakupan dan jangkauan saluran bahasa asing sebagai langkah untuk membuat terobosan ke dalam usaha negara tersebut ke seluruh wilayah di dunia.²⁹

CGTN bertujuan untuk mencapai dan mempertahankan tujuan globalnya untuk menyampaikan narasi Tiongkok kepada khalayak internasional, bukan mengandalkan pesaing dari negara maju untuk menginterpretasikan citranya dari sudut pandang mereka. Sekarang jelas bahwa CGTN memiliki pandangan untuk mengejar raksasa, CNN, BBC, Deutch Welle dan Al Jazeera. CGTN dalam kebijakan globalnya, tampaknya telah mengetahui sejak awal bahwa kesuksesannya di kancah internasional akan terletak pada penggunaan teknologi terkini untuk menjangkau sebanyak mungkin orang di dunia. Menggunakan sistem 'Mobile First', di mana berita disebarluaskan terlebih dahulu dan cepat di semua jaringan media sosial populer, CGTN bertujuan untuk menjangkau pemirsa globalnya melalui perangkat genggam. Melalui aplikasi berita dan fiturnya, CGTN telah menyediakan dirinya dengan mudah untuk pemirsa globalnya secara gratis.

SIMPULAN

Strategi agenda setting diterapkan CGTN sebagai salah satu upaya membangun citra positif Tiongkok di Afrika. Ketika Pemerintah Tiongkok memiliki sebuah agenda, yakni menciptakan

²⁹ J.Maina, "The Role Of China Global Television Network In Fostering Chinese Public Diplomacy In Kenya.", *A RESEARCH PROJECT*, 2018, 36

citra positif di Afrika, maka CGTN membuat agenda tersebut menjadi agenda media yang kemudian akan disiarkan melalui konten-konten yang kemudian dapat mengubah pandangan dan opini masyarakat Afrika mengenai Tiongkok. CGTN menyiarkan konten yang positif secara berulang-ulang supaya masyarakat Afrika memiliki pandangan bahwa Tiongkok adalah mitra kerja yang baik dan dapat dipercaya. Penyiaran konten positif yang berkali-kali dilakukan CGTN akan secara tidak langsung menghilangkan isu-isu negatif mengenai Tiongkok di Afrika.

Tiongkok benar-benar memiliki kepentingan untuk membangun citra positif di kawasan Afrika. Sebagai negara yang sedang melakukan upaya memperkuat geopolitik dan perekonomiannya dengan melakukan investasi dalam jumlah yang besar di Afrika, Tiongkok membutuhkan dukungan dari masyarakat Afrika. CGTN digunakan pemerintah Tiongkok untuk menyiarkan konten-konten positif mengenai Tiongkok untuk membentuk citra positif yang dapat mendorong publik untuk mendukung segala bentuk tindakan Tiongkok di Afrika. Pembentukan citra positif di Afrika yang dilakukan oleh Tiongkok melalui CGTN bertujuan untuk menyukseskan salah satu kepentingan nasional Tiongkok, yaitu BRI.

Referensi

Cissé, Daouda. FOCAC: Trade, Investments, and Aid in China-Africa Relations. Centre for Chinese Studies. 2012.

Leslie, Agnes Ngom. Introduction: China-Africa Relations: Political and Economic Engagement and Media

Strategies. African Strategies Quarterly. 2016. vol 11 no.1.

Leslie, Michael. The Dragon Shapes its Image: A Study of Chinese Media Influence Strategies in Africa. African Studies Quarterly, volume 16. 2016

Lu, Sun. Developments and New Approaches of Internationalizing China's Media: A Case Study of China Global Television Network (CGTN) in Witness Perspective. School of Journalism, University of China, P.R. China, Volume 16, 2018.

Munene, Macharia . Xi Jinping, China, Africa, and Global Realignment. Journal of Language, Technology, and Entrepreneurship in Africa, Volume 9 No. 1, 2018.

FOCAC Marks Milestones for China-Africa Cooperation”, CGTN, Juni 2019.

<https://news.cgtn.com/news/2019-06-24/FOCAC-marks-milestone-for-China-AfricacooperationHMILV4DN2o/index.html>

Full Text of Chinese President Xi Jinping's Speech at Opening Ceremony of 2018 FOCAC Beijing Summit”, China Daily, September 2018.

<http://www.chinadaily.com.cn/a/201809/04/WS5b8d5c25a310add14f389592.html>