

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi diplomasi publik Tiongkok di Indonesia melalui CMG merupakan upaya yang terstruktur, sistematis, dan adaptif untuk membangun citra nasional yang positif serta meningkatkan *soft power* sejalan dengan slogan *Tell China's Stories Well*. Dengan menggunakan model *Three-Level Heuristic Device* dari Andreas Pacher, ditemukan bahwa CMG dioperasikan secara bersamaan pada tiga level audiens utama. Pada level *govenrment*, Tiongkok berhasil membangun legitimasi politik bagi operasional CMG di Indonesia melalui mekanisme kunjungan kenegaraan tingkat tinggi. Penandatanganan berbagai nota kesepahaman dan kerja sama oleh pemimpin negara menjadi landasan legal yang meminimalisir hambatan struktural bagi media Tiongkok untuk melakukan penetrasi ke dalam ekosistem media nasional Indonesia. Tiongkok secara konsisten menyisipkan agenda kerja sama media dalam kunjungan kenegaraan, mulai dari era kepemimpinan Presiden Joko Widodo hingga transisi ke Presiden Prabowo Subianto. Hal ini memberikan legitimasi politik bagi CMG untuk beroperasi di Indonesia sebagai bagian dari implementasi kemitraan strategis kedua negara. Pada level *Immediate Strategic Publics* Tiongkok melalui CMG menjalin kemitraan intensif dengan aktor media lokal, baik milik negara maupun swasta, untuk meminimalisir hambatan informasi dan memperluas distribusi narasi. Kerja sama dengan TVRI, RRI, dan LKBN ANTARA memungkinkan konten Tiongkok mendapatkan legitimasi, kredibilitas, dan jangkauan nasional yang luas melalui normalisasi konten dalam program rutin media lokal. Kolaborasi dengan Nusantara

TV, Metro TV, Jak TV, hingga portal digital seperti Bharata Online ditujukan untuk menjangkau audiens yang lebih beragam, termasuk Generasi Z, melalui format hiburan, dokumenter, dan kegiatan interaktif di ruang publik. Di level *mass publics* CMG menerapkan strategi digitalisasi dan lokalisasi untuk menjangkau publik Indonesia secara langsung melalui platform CGTN Bahasa Indonesia dan media sosial. Strategi ini mencakup penggunaan bahasa Indonesia yang fasih, penyediaan informasi fungsional, serta pendekatan khusus kepada komunitas muslim melalui konten Pedoman Muslim untuk mereduksi persepsi negatif terkait isu domestik Tiongkok. Selain itu, produksi *Spring Festival Gala* dimanfaatkan untuk mempertontonkan kemajuan teknologi tinggi dan kekayaan budaya Tiongkok yang kini telah diakui secara global oleh UNESCO.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran kepada beberapa pihak. Bagi Pemerintah dan Institusi Media Indonesia, perlu adanya sikap kritis dan penguatan literasi media dalam mengelola kerja sama pertukaran konten dengan media asing, termasuk CMG. Meskipun kerja sama ini menguntungkan secara teknis dan memperkaya konten, institusi media nasional harus tetap menjaga kemandirian editorial agar narasi yang disampaikan tetap seimbang dan sesuai dengan kepentingan nasional Indonesia. Bagi Peneliti Selanjutnya, mengingat penelitian ini terbatas pada analisis strategi diplomasi publik dari perspektif pemberi Tiongkok, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan analisis resepsi. Hal ini bertujuan untuk mengukur efektivitas, dampak, maupun perubahan persepsi yang terjadi secara nyata pada audiens Indonesia setelah terpapar konten-konten dari CMG.