



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT NO: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022*

**Diplomasi Digital ‘Wolf Warrior’ Tiongkok Melalui  
Twitter**

Skripsi

Oleh:

Nathania Aviandra

6091901215

Bandung

2022



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT NO: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022*

**Diplomasi Digital ‘Wolf Warrior’ Tiongkok Melalui  
Twitter**

Skripsi

Oleh:

Nathania Aviandra

6091901215

Pembimbing

Marshell Adiputra S.IP., MA.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Hubungan Internasional  
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

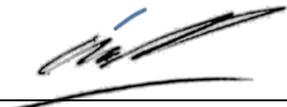
Nama : Nathania Aviandra  
Nomor Pokok : 6091901215  
Judul : Diplomasi Digital 'Wolf Warrior' Tiongkok Melalui Twitter

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada, 12 Januari 2023  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

: 

**Sekretaris**  
Marshell Adi Putra, S.IP., MA.

: 

**Anggota**  
Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

S



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nathania Aviandra

NPM : 6091901215

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Diplomasi Digital 'Wolf Warrior' Tiongkok Melalui Twitter

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan penelitian karya tulis saya sendiri, dengan penuh rasa tanggung jawab untuk tidak melakukan tindakan plagiarisme. Kutipan yang terdapat dalam penelitian ini ditulis berdasarkan aturan penulisan yang berlaku. Apabila terbukti melakukan tindakan plagiarisme, maka penulis bersedia menerima konsekuensi berdasarkan hukum dan aturan yang berlaku.

Bandung, 23 Desember 2022



Nathania Aviandra  
6091901215

## ABSTRAK

Nama : Nathania Aviandra

NPM : 6091901215

Judul : **Diplomasi Digital ‘Wolf Warrior’ Tiongkok Melalui Twitter**

---

Pandemi COVID-19 telah membawa krisis baru bagi Tiongkok. Banyaknya tuduhan maupun kritik yang diarahkan terhadap Tiongkok oleh negara barat membuat Tiongkok mendapat narasi negatif di mata dunia. Menanggapi hal tersebut, Tiongkok ingin memperbaiki citranya kembali melalui diplomasi secara digital. Tiongkok mulai bertransformasi menggunakan media sosial khususnya Twitter untuk melakukan diplomasi digital ‘Wolf Warrior’. Akun diplomat yang secara aktif terlibat dalam melakukan diplomasi ini yaitu @MFA\_China dan @zlj517. Penelitian ini meneliti bagaimana penggunaan diplomasi ‘Wolf Warrior’ Tiongkok untuk memperbaiki citra negara melalui media sosial selama pandemi COVID-19 tahun 2019-2021 melalui Twitter. Penelitian ini menggunakan konsep *agenda-setting*, *presence expansion*, serta *analisis sentimen*. Metode yang digunakan yaitu kualitatif, melalui pengumpulan data sekunder studi kepustakaan yang berasal dari situs berita kredibel, dokumen-dokumen resmi, buku, maupun jurnal-jurnal. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan situs *Export Comments* untuk menyaring komentar yang berkaitan dengan COVID-19 serta menganalisis *engagement* kedua akun, *Word Cloud* untuk melihat kata kunci terkait COVID-19, serta *Text2data* untuk menganalisis sentimen publik asing di Twitter pada akun @MFA\_China dan @zlj517. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa upaya diplomasi digital ‘Wolf Warrior melalui Twitter ini dinilai dapat mengubah sentimen publik terhadap Tiongkok yang sebelumnya negatif menjadi positif, sehingga hal ini dapat memperbaiki citra positif Tiongkok di mata dunia internasional.

**Kata Kunci:** COVID-19, Sentimen Publik, Twitter, Twiplomacy, Wolf Warrior

## ABSTRACT

Nama : Nathania Aviandra

NPM : 6091901215

Judul : **China's 'Wolf Warrior' Digital Diplomacy on Twitter**

---

*The COVID-19 pandemic has brought a new crisis to China. Many accusations and criticisms directed against China by western countries have resulted in China receiving a negative narrative in international politics. In response to this, China wants to restore their positive image through digital diplomacy. China is starting to transform using social media, especially Twitter, to carry out digital diplomacy 'Wolf Warrior'. Diplomat accounts that are actively involved in conducting this diplomacy are @MFA\_China and @zlj517. This study aims to examine China's 'Wolf Warrior' diplomatic activities during the COVID-19 pandemic (2019-2021) via Twitter. This study uses the concepts of agenda-setting, presence expansion, and sentiment analysis. The method used is qualitative, through collecting secondary data from literature studies originating from credible news sites, official documents, books, and journals. In addition, this study also uses the Export Comments site to filter comments related to COVID-19 and analyze the engagement of the two accounts, Word Cloud to view keywords related to COVID-19, and Text2data to analyze foreign public sentiment on Twitter on the @MFA\_China account and @zlj517. The results of this study show that digital diplomacy efforts of 'Wolf Warrior' through Twitter are considered to be able to change public sentiment towards China which was previously negative to positive, so that this can improve China's positive image in the eyes of the international community.*

**Kata Kunci:** COVID-19, Public Sentiment, Twitter, Twiplomacy, Wolf Warrior

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan bimbingan-Nya, penulis dapat menyelesaikan mata kuliah skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penelitian ini mengkaji aktivitas diplomasi digital ‘Wolf Warrior’ Tiongkok melalui Twitter selama COVID-19 tahun 2019-2021. Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan pengetahuan baru atau juga menjadi inspirasi untuk menyusun penelitian lainnya yang serupa. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai dikarenakan adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah mendukung dan membantu penulisan skripsi, utamanya kepada:

1. **Bapak Marshall Adiputra S.IP., MA.**, sebagai dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu dan bersedia untuk membagikan ilmu untuk memberikan masukan dan arahan bagi penulis dalam merangkai skripsi yang baik, dan menemani proses skripsi. Sehat selalu, dan sukses, Mas!
2. **Orang tua** yang selalu menjadi inspirasi, memotivasi, mendoakan, memberi semangat dan dukungan dengan tulus bagi penulis agar penulis mendapat kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. **Charlene Janice**, teman seperjuangan penulis selama kuliah 3,5 tahun. Terima kasih selalu menjadi teman yang bisa diandalkan dan

selalu ada di berbagai momen. Terima kasih telah menjadi *support system* sejak awal perkuliahan hingga perjalanan menuju sarjana, dan bersedia untuk dapat selalu mendengar keluh kesah penulis saat masa kuliah hingga sekarang. Tanpa adanya Charlene, penulis belum tentu bisa ada di titik ini.

4. **Jessica Joan, Lindsay Winola**, *my supportive friends*, terima kasih telah mewarnai masa perkuliahan penulis. *Thank you for all the great times together!*
5. Teman sejak SMA, **Fiona Wiputri**, yang selalu menemani penulis menulis skripsi ini dan selalu memberi *support*.
6. **Satrio, Jeany**, dan **Ozzy**, terima kasih banyak karena telah memberikan penulis kesempatan untuk menjadi salah satu teman dan *coworker*, dan juga turut memberi hiburan selama penulis mengerjakan skripsi. Salah satu *circle* penulis di mana penulis bisa menjadi diri sendiri. *So lucky and thankful to have you guys, I'm the happiest I've ever been! Thank you so much.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu, segala kritik dan saran yang digunakan untuk perbaikan serta penyempurnaan pada skripsi ini sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	14
1.2.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Kegunaan Penelitian .....	15
1.5 Kajian Pustaka .....	16
1.6 Kerangka Pemikiran.....	20
1.7 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
1.7.1 Metode Penelitian.....	26
1.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.8 Sistematika Pembahasan .....	32
BAB II DIPLOMASI DIGITAL WOLF WARRIOR TIONGKOK MELALUI TWITTER .....	34
2.1 Kepentingan nasional Tiongkok melalui ‘Chinese Dream’ .....	34

2.2 Kebijakan luar negeri Tiongkok di bawah pemerintah Xi Jinping melalui Diplomasi Digital .....	38
2.3 Strategi dan Bentuk Diplomasi yang Dilaksanakan Tiongkok Berdasarkan Kebijakan Luar Negerinya .....	43
2.3.1 Perkembangan Diplomasi secara digital melalui media sosial.....	43
2.3.2 Twiplomacy: Twitter sebagai media diplomasi digital .....	45
2.3.3 Wolf Warrior Diplomacy .....	49
2.4 Twitter sebagai media diplomasi digital ‘Wolf Warrior’ Tiongkok saat COVID-19 .....	59
2.4.1 Menggunakan data Twitter untuk mengukur opini publik .....	63
2.4.2 Profil Twitter dari MFA Tiongkok & Zhao Lijian .....	67
2.4.2.1 MFA Tiongkok (@MFA_China) .....	67
2.4.2.2 Zhao Lijian (@zlj517) .....	69
<b>BAB III PERBAIKAN CITRA NEGARA TIONGKOK MELALUI DIPLOMASI DIGITAL WOLF WARRIOR DI TWITTER .....</b>	<b>70</b>
3.1 Aktivitas Twitter @MFA_China dan @zlj517 .....	70
3.1.1 Bukti-bukti diplomat Tiongkok membalas kritikan barat di Twitter .....	70
3.1.2. Diplomat Tiongkok Memberi Informasi Terkait COVID-19 .....	77
3.1.3. Menyampaikan solidaritas dan dukungan Tiongkok kepada dunia di Twitter.....	82
3.2 Engagement Akun Twitter @MFA_China dan @zlj517 .....	88
3.2.1 Agenda-setting.....	89
3.2.2 Presence Expansion (Repost).....	92
3.3 Analisis Sentimen Publik Asing Terhadap Tiongkok Sebelum dan Sesudah Diplomasi Digital ‘Wolf Warrior’ Melalui Twitter .....	95

3.4 Perbaikan citra Tiongkok melalui sentimen positif publik asing di Twitter setelah diplomasi digital Wolf Warrior .....	106
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	110
4.1 Kesimpulan.....	110
Daftar Pustaka .....	113

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Tabel sentimen komentar publik asing pada akun @MFA_China sebelum diplomasi ‘Wolf Warrior’ melalui Twitter .....	98
Tabel 2.	Tabel sentimen komentar publik asing pada akun @MFA_China setelah diplomasi ‘Wolf Warrior’ melalui Twitter .....	101
Tabel 3.	Tabel sentimen komentar publik asing pada akun @zlj517 sebelum diplomasi ‘Wolf Warrior’ melalui Twitter .....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Word Cloud kata negatif dan positif saat COVID-19 .....	29
Gambar 2.	Word Cloud klasifikasi emosi saat COVID-19 di Twitter .....	30
Gambar 3.	Struktur Jaringan Diplomasi Digital Tiongkok .....	43
Gambar 4.	Peningkatan Jumlah Akun Resmi Tiongkok .....	62
Gambar 5.	Tweet Zhao Lijian tentang asal usul COVID-19 .....	66
Gambar 6.	Profil akun Kementerian Luar Negeri Tiongkok, @MFA_China.....	67
Gambar 7.	Profil akun Twitter dari Zhao Lijian, @zlj517 .....	69
Gambar 8.	Tangkapan layar tweet Zhao Lijian 12 Maret 2020 #1 .....	71
Gambar 9.	Tangkapan layar tweet Zhao Lijian 28 April 2021 #2 .....	71
Gambar 10.	Tangkapan layar tweet Zhao Lijian 9 Juli 2021 #3 (Sumber: Akun Twitter Zhao Lijian @zlj517) .....	72
Gambar 11.	Tangkapan layar tweet Zhao Lijian 24 Juni 2021 #5 .....	72
Gambar 12.	Tangkapan layar tweet Zhao Lijian 22 Maret 2020 #4 .....	73
Gambar 13.	Tangkapan layar tweet @MFA_China 27 April 2020 #1.....	74
Gambar 14.	Tangkapan layar Tweet @MFA_China 20 Maret 2020 #2.....	75
Gambar 15.	Tangkapan layar tweet @MFA_China 13 April 2021 #3.....	76
Gambar 16.	Tangkapan layar tweet @MFA_China 13 April 2021 #4.....	77
Gambar 17.	Tangkapan layar tweet dari Zhao Lijian 13 Maret 2020 #1.....	78
Gambar 18.	Tangkapan layar tweet dari Zhao Lijian 31 Juli 2021 #2.....	79
Gambar 19.	Tangkapan layar tweet dari Zhao Lijian 8 April 2021 #3.....	80
Gambar 20.	Tangkapan layar tweet dari @MFA_China 2 Juni 2021 #1.....	81
Gambar 21.	Tangkapan layar tweet dari @MFA_China 2 September 2021 #2 .....	82
Gambar 22.	Tangkapan layar tweet dari @zlj517 23 Maret 2020 #1 .....	83
Gambar 23.	Tangkapan layar tweet dari @zlj517 12 Juli 2021 #2.....	83
Gambar 24.	Tangkapan layar tweet dari @zlj517 29 Juli 2021 #3.....	<b>Error!</b>
Gambar 25.	Tangkapan layar tweet dari @zlj517 24 April 2021 #4 .....	85
Gambar 26.	Tangkapan layar tweet dari @MFA_China 16 Maret 2020 #1 .....	86
Gambar 27.	Tangkapan layar tweet dari @MFA_China 3 Februari 2020 #2 .....	86
Gambar 28.	Tangkapan layar tweet dari @MFA_China 17 Maret 2021 #3 .....	87

Gambar 29.	Tangkapan layar tweet dari @MFA_China 16 Maret 2021 #4 .....	87
Gambar 30.	Tangkapan layar tweet dari @MFA_China 4 Agustus 2021 #5 .....	87
Gambar 31.	Bagan penggunaan tagar di Akun Twitter @MFA_China.....	90
Gambar 32.	Engagement akun Twitter @MFA_China sebelum diplomasi digital ‘Wolf Warrior’ .....	91
Gambar 33.	Engagement akun Twitter @zlj517 sebelum diplomasi digital ‘Wolf Warrior’ .....	92
Gambar 34.	Engagement akun Twitter @MFA_China sesudah diplomasi digital ‘Wolf Warrior’ .....	93
Gambar 35.	Engagement akun Twitter @zlj517 sesudah diplomasi digital ‘Wolf Warrior’ .....	94
Gambar 36.	Word Cloud kata kunci COVID-19 pada Text2Data .....	96
Gambar 37.	Word Cloud klasifikasi sentimen positif dan negatif pada Text2data .....	97
Gambar 38.	Word Cloud klasifikasi sentimen positif dan negatif pada Text2data .....	97
Gambar 39.	Skor penilaian analisis sentimen pada Text2data .....	98
Gambar 40.	Contoh sentimen negatif pada kolom komentar @MFA_China saat COVID-19 .....	100
Gambar 41.	Contoh sentimen positif pada kolom komentar @MFA_China saat COVID-19 .....	102
Gambar 42.	Contoh sentimen netral pada kolom komentar @MFA_China saat COVID-19 .....	102
Gambar 43.	Contoh sentimen negatif pada kolom komentar akun Twitter @zlj517 saat COVID-19 .....	104
Gambar 44.	Tabel sentimen komentar publik asing pada akun @zlj517 sesudah diplomasi ‘Wolf Warrior’ melalui Twitter .....	105
Gambar 45.	Contoh sentimen positif pada kolom komentar akun Twitter @zlj517 saat COVID-19 .....	106

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tiongkok merupakan negara komunis di bawah kepemimpinan Mao Zedong yang dikendalikan oleh Partai Komunis China (PKC) sejak tahun 1921.<sup>1</sup> PKC menjadi salah satu partai politik terbesar di dunia dengan lebih dari 85 juta anggota, serta berhasil mendominasi dan memegang kontrol penuh dalam sistem kehidupan politik Tiongkok.<sup>2</sup> PKC berhasil membawa Tiongkok sebagai kekuatan global dengan bertumpu pada tiga pilar, yaitu kontrol personel, propaganda, dan *People's Liberation Army* (PLA) yang bertujuan untuk melindungi kekuasaan partai dan membela kepentingan partai.<sup>3</sup>

PKC melihat PLA sebagai instrumen penting dalam memajukan kebijakan luar negeri Tiongkok.<sup>4</sup> PKC dipimpin oleh Xi Jinping sejak tahun 2012 sebagai sekretaris jenderal, namun saat ini Xi Jinping menjabat sebagai presiden Tiongkok menggantikan posisi Hu Jintao. PKC juga menegaskan kembali dominasi Xi

---

<sup>1</sup> Eleanor Albert, Lindsay Maizland, dan Beina Xu, "The Chinese Communist Party," Council on Foreign Relations, 23 Juni, 2021, diakses pada 6 Maret, 2022, <https://www.cfr.org/background/chinese-communist-party>

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ibid.

Jinping sebagai salah satu sosok pemimpin terkuat Tiongkok dalam mengejar strategi kebijakan luar negeri yang lebih tegas.<sup>5</sup>

Sebelumnya, batas masa jabatan seorang presiden Tiongkok hanyalah dua periode.<sup>6</sup> Namun, pada Maret 2018, kongres mengamandemen konstitusi Tiongkok untuk membatalkan batas masa jabatan presiden Tiongkok, membuka jalan bagi Xi Jinping untuk tetap berkuasa secara resmi setelah tahun 2022.<sup>7</sup> Xi Jinping melalui 'Chinese Dream' ingin membuat Tiongkok sebagai kekuatan besar dalam dunia internasional melalui reformasi perekonomian.<sup>8</sup> Tiongkok juga berhasil menjadi negara *super power* dengan kekuatan ekonomi dan militer terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat, di bawah kepemimpinan Xi Jinping.<sup>9</sup>

Namun, pandemi COVID-19 yang terjadi pada akhir tahun 2019 membawa krisis baru bagi Tiongkok. Sejak 31 Desember 2019 lalu, Tiongkok secara resmi melaporkan kepada World Health Organization (WHO) terkait adanya virus COVID-19 yang pertama kali ditemukan di pasar hewan Wuhan, Provinsi Hubei. COVID-19 merupakan penyakit menular oleh sekelompok virus SARS-CoV-2 yang dapat menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia dan hewan.<sup>10</sup> Secara umum, COVID-19 menyerang saluran pernapasan yang menyebabkan gejala pilek,

---

<sup>5</sup> Michael Swaine, "How China's Defense Establishment Views China's Security Environment: A Comparison between the 2019 PRC Defense White Paper and Earlier Defense White Papers," China Leadership, 1 Desember, 2019, diakses pada 14 April, 2022, <https://www.prcleader.org/michael-swaine>

<sup>6</sup> Eleanor Albert, Lindsay Maizland, dan Beina Xu, *op. cit.*

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Deutsche Welle, "Xi Jinping and the 'Chinese Dream'," DW.COM, n.d., diakses pada 14 April, 2022 <https://www.dw.com/en/xi-jinping-and-the-chinese-dream/a-43685630>

<sup>9</sup> Council on Foreign Relations, "Trace China's Rise to Power," CFR, n.d., diakses pada 14 April, 2022, <https://www.cfr.org/china-global-governance/>

<sup>10</sup> World Health Organization, "Coronavirus," WHO, diakses pada 6 Maret, 2022, [https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1)

flu, hingga radang paru-paru.<sup>11</sup> Virus ini dapat menyebar dengan cepat melalui cairan yang dikeluarkan oleh manusia baik melalui mulut maupun hidung saat bernapas, batuk, bersin, ataupun berbicara.<sup>12</sup>

Bahkan pada kasus orang lanjut usia ataupun dengan riwayat penyakit tertentu, COVID-19 dapat menyebabkan kematian. Fenomena pandemi COVID-19 menjadi permasalahan internasional karena dampaknya mempengaruhi keamanan hidup dan mata pencaharian masyarakat internasional. Kecepatan penyebaran virus COVID-19 hingga ke hampir seluruh negara di dunia ini membuat virus ini sebagai sebuah pandemi global. Hal inilah yang mendorong pemerintah di berbagai negara untuk menerapkan kebijakan *lockdown*, penutupan perbatasan, memberlakukan *physical distancing*, hingga pembatasan berbagai kegiatan yang melibatkan pengumpulan banyak orang. Hingga saat ini, kasus positif COVID-19 di seluruh dunia per 12 April, 2022, telah mencapai 500,124,361 dengan jumlah kematian hingga 6,206,710 jiwa.<sup>13</sup>

Dalam menanggapi hal ini, masyarakat internasional mulai menunjukkan kemarahannya atas respon lambat awal pemerintah Tiongkok setelah virus pertama kali dilaporkan di kota Wuhan, Tiongkok, pada Desember 2019. *Economy Council of Foreign Relations* menggambarkan pandemi sebagai krisis kemanusiaan dan

---

<sup>11</sup> Centers for Disease Control and Prevention, "Basics of COVID-19", CDC, 4 November, 2021, diakses pada 14 April, 2022, <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/your-health/about-covid-19/basics-covid-19.html>

<sup>12</sup> Centers for Disease Control and Prevention, *op. cit.*

<sup>13</sup> Worldometer, "COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC," n.d., diakses pada 14 April, 2022, <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

ekonomi terburuk dari masa jabatan Xi Jinping.<sup>14</sup> Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Pew Research Center* pada bulan Oktober 2020, terdapat peningkatan pandangan yang kurang baik terhadap bagaimana Tiongkok menangani pandemi COVID-19.<sup>15</sup> Sebesar 61% dari total 14 negara yang disurvei menyatakan ketidakpuasannya terhadap penanganan Tiongkok terhadap penyebaran virus ini.<sup>16</sup> Pemerintah Tiongkok telah menerima banyak kritik, terutama oleh negara Amerika Serikat (AS) dan negara-negara Eropa, terkait regulasi pasar hewan yang buruk dan membuat virus ini telah menyebar secara global pada Januari 2020 dan menyerang banyak korban jiwa.<sup>17</sup>

Tiongkok juga menerima beberapa tuduhan dari beberapa politisi dan media massa AS terkait transparansi dalam menangani pandemi.<sup>18</sup> Selain itu, Intelijen AS dalam laporannya menuduh asal mula penyebaran virus tersebut muncul karena dibuat oleh *Wuhan Institute of Virology*.<sup>19</sup> Presiden AS, Donald Trump, juga sering kali menyebut virus ini sebagai “virus Cina”, “virus Wuhan”, dan “Kung-Flu”.<sup>20</sup> Tuduhan-tuduhan ini pada dasarnya menyalahkan Tiongkok karena terlambat mengungkapkan informasi terkait penularan virus. Keterlambatan informasi ini

---

<sup>14</sup> Elizabeth C. Economy, “The Coronavirus Tests Xi Jinping's Top-Down System,” Council on Foreign Relations, 10 Februari, 2020, diakses pada 14 April, 2022, <https://www.cfr.org/blog/coronavirus-tests-xi-jinpings-top-down-system>

<sup>15</sup> Chheang Vannarith, “2021/66 ‘Fighting Covid-19: China's Soft Power Opportunities in Mainland Southeast Asia’,” Iseas-Yusof Ishak Institute, ISEAS, 10 Mei, 2021, diakses pada 6 Maret, 2022, <https://www.iseas.edu.sg/posts/2021-66-fighting-covid-19-chinas-soft-power-opportunities-in-mainland-southeast-asia-by-chheang-vannarith/>

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Embassy of the People's Republic of China in the Republic of Indonesia, “Pemeriksaan Realita Atas Tuduhan AS Terhadap Tiongkok Pada COVID-19,” 29 Mei, 2020, diakses pada 6 Maret, 2022, <https://www.fmprc.gov.cn/ce/ceindo/indo/ztd/rwer111/t1783901.htm>

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Embassy of the People's Republic of China in the Republic of Indonesia, *loc. cit.*

<sup>20</sup> Ibid.

yang dianggap menjadi alasan AS dan seluruh dunia gagal merespon penyebaran virus dengan cepat, karena tidak mendapat pengetahuan yang cukup terkait tingkat kecepatan dan mortalitas virus COVID-19.

Penyebaran COVID-19 ke negara-negara selain Tiongkok dengan cepat menyebabkan Tiongkok mendapat narasi negatif dari beberapa negara, terutama di media sosial Twitter.<sup>21</sup> Hal ini membuat Tiongkok aktif mencoba untuk melawan kritik ini. Tiongkok merupakan negara tempat ditemukannya virus COVID-19. Banyak mata tertuju pada Tiongkok dan menganggap bahwa Tiongkok yang memulai pandemi ini.<sup>22</sup> Pandangan ini juga disebabkan oleh serangan gencarnya dari Politisi AS, terutama mantan Presiden Donald Trump, yang menuduh Tiongkok atas bencana ini, baik dari segi disinformasi seperti sengaja menutupi fakta, gagal membendung penyebaran virus ke negara lain, bahkan sebagai pihak yang sengaja menciptakan virus ini.<sup>23</sup>

Baru-baru ini, beberapa politisi dan media massa AS telah mengarang tuduhan dan kebohongan yang tidak masuk akal untuk memindahkan kesalahan ke Tiongkok karena langkah mereka yang kurang tanggap terhadap COVID-19.<sup>24</sup> Pada dasarnya, negara-negara sangat memperdulikan citra negaranya, termasuk Tiongkok. Sehingga, tuduhan-tuduhan yang ada dari Barat menjadi sebuah urgensi bagi Tiongkok karena hal tersebut merusak citra Tiongkok di mata dunia.

---

<sup>21</sup> Bernadette Nadya Jaworsky dan Runya Qiaoan, "The Politics of Blaming: The Narrative Battle between China and the US over Covid-19," *Journal of Chinese political science* (U.S. National Library of Medicine), 2021, diakses pada 14 April, 2022, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7462109/>.

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Ibid.

Mantan Presiden Amerika Serikat, Donald Trump, termasuk di antara orang-orang yang mendukung teori bahwa virus itu kemungkinan telah bocor dari sebuah laboratorium.<sup>25</sup> Tuduhan laboratorium di Tiongkok menjadi tempat asal mula virus COVID-19 kembali muncul. Tuduhan kali ini berasal dari laporan oleh Partai Republik AS. Di dalam laporan tersebut berisi banyak bukti bahwa para ilmuwan *Wuhan Institute of Virology* (WIV) melakukan modifikasi virus COVID-19 untuk menginfeksi manusia serta manipulasi yang bisa disembunyikan.<sup>26</sup> Selain itu, Trump juga mengintensifkan serangannya kepada Tiongkok karena penanganan pandemi COVID-19 yang telah menewaskan lebih dari 700 ribu orang di seluruh dunia.<sup>27</sup> Trump kembali mengklaim tanpa bukti bahwa Tiongkok mungkin sengaja membiarkan virus menyebar secara global. Trump juga mengatakan, Tiongkok telah berhasil membatasi penyebaran virus di dalam negeri tetapi membiarkannya menjangkau ke seluruh dunia.<sup>28</sup>

Selain itu, Tiongkok juga dituduh terlambat mengungkapkan informasi tentang penularan virus.<sup>29</sup> Akibatnya, AS dan seluruh dunia tidak mendapatkan cukup pengetahuan tentang kecepatan dan kematian infeksi virus itu dan karena itu gagal merespon dengan cukup cepat. Tiongkok juga dituduh tidak transparan dalam merilis data. Jumlah resmi kasus dan kematian yang dikonfirmasi dianggap terlalu rendah, dan angka sebenarnya setidaknya 50 kali lebih banyak. Tidak hanya itu,

---

<sup>25</sup> Novina Putri Bestari, "Covid-19 Disebut Bocor Dari Lab Wuhan Sebelum September 2019," CNBC Indonesia, 3 Agustus, 2021, diakses pada 14 April, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210803181211-37-265854/covid-19-disebut-bocor-dari-lab-wuhan-sebelum-september-2019>.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> Ibid.

Tiongkok mendapat tuduhan telah menimbun persediaan medis, mengambil untung dari COVID-19, meningkatkan penyaringan ekspor bahan-bahan medis dan membatasi ekspor pasokan, khususnya ventilator, menyebabkan kekurangan pasokan di AS.<sup>30</sup>

Dalam upaya pencegahan penyebaran virus, masyarakat global dihadapkan pada pembatasan kegiatan sosial di luar ruangan dan tatap muka secara drastis. Namun, perkembangan teknologi industri 4.0 telah berhasil memecahkan tantangan tersebut dalam jangka panjang. Kehadiran internet telah mempengaruhi banyak aspek di kehidupan, termasuk mengubah lanskap politik, sosial, dan ekonomi dalam hubungan internasional. Banyak individu yang harus beradaptasi untuk menyesuaikan cara kerja kehidupan baru dengan menggunakan teknologi komunikasi digital melalui internet untuk menjalani kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan data dari *International Telecommunication Union* (ITU), pengguna internet dunia meningkat secara signifikan pasca adanya COVID-19.<sup>31</sup> Pada 2019, sekitar 54% dari populasi dunia, 4,1 miliar orang, yang menggunakan internet.<sup>32</sup> Namun, terdapat peningkatan penggunaan internet pada tahun 2020 sebanyak 10,2% menjadi 4,5 miliar orang dari total 7.75 miliar total populasi dunia, kemudian pada tahun 2021 terjadi pertumbuhan pengguna menjadi 63% dari populasi dunia.<sup>33</sup> Hal ini membuktikan bahwa pandemi telah mempercepat

---

<sup>30</sup> Novina Putri Bestari, *op. cit.*

<sup>31</sup> International Telecommunication Union, "Facts and Figures 2021," ITU, n.d., diakses pada 7 Maret, 2022, <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2021/11/15/internet-use/>

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> Ibid.

terjadinya transformasi digital di berbagai aspek yang membuat masyarakat mulai mengarah ke pola hidup digital dalam berinteraksi sehari-hari.

Masyarakat global diajak untuk beradaptasi menghadapi masa depan di mana pekerjaan, pendidikan, layanan pemerintah, dan interaksi sosial yang berpotensi lebih banyak bergantung pada teknologi digital daripada sebelum adanya COVID-19. Pemerintah juga mulai semakin mengedepankan strategi digital yang inklusif, terkoordinasi, dan komprehensif sebagai fokus utama dalam agenda kebijakan mereka untuk menanggapi pandemi COVID-19.<sup>34</sup> Adanya digitalisasi juga mengubah cara negara-negara berdiplomasi yang lebih mengandalkan teknologi secara *virtual*, dengan mengedepankan berbagai teknologi digital yang muncul seperti *Artificial Intelligence* (AI), *blockchain* dan infrastruktur 5G, dan *Internet of Things* (IoT).<sup>35</sup>

Tiongkok sendiri menemukan cara untuk terus maju dalam tatanan global dengan berdiplomasi memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu melalui platform digital. Tuduhan-tuduhan yang diberikan oleh negara lain khususnya AS kepada Tiongkok sebagai “negara penyebar virus COVID-19” telah merusak reputasinya di mata dunia. Maka dari itu, Tiongkok mulai melakukan tindakan nyata melalui diplomasi dalam merespon permasalahan terkait COVID-19, demi memulihkan citranya di mata dunia internasional. Setelah berhasil menstabilkan situasi di dalam negerinya dan membentuk citra negara yang berhasil memerangi virus, Tiongkok mulai memberikan bantuan-bantuan yang diperlukan terkait

---

<sup>34</sup> International Telecommunication Union, *op. cit.*, hal. 3.

<sup>35</sup> *Ibid*, hal. 4.

COVID-19 kepada negara-negara lain. Bantuan yang diberikan dengan cara berbagi informasi dan pengetahuan melalui diplomasi kesehatan publik, menyediakan dan mengerahkan pasokan medis, hingga penyediaan vaksin untuk memperbaiki citra dan pengaruhnya.<sup>36</sup>

Saat ini, banyak diplomat, pemimpin negara, serta aktor pemerintah lainnya yang menggunakan media sosial untuk berdiplomasi secara digital. Diplomasi digital merupakan salah satu bentuk diplomasi publik yang melibatkan penggunaan teknologi digital dan berbagai platform media sosial untuk berkomunikasi dengan publik asing.<sup>37</sup> Pada dasarnya, diplomasi digital tidak dapat sepenuhnya menggantikan diplomasi secara tatap muka dan keduanya perlu hidup berdampingan untuk melengkapi satu dengan yang lainnya. Suatu negara dapat memanfaatkan diplomasi digital untuk membantu mereka memproyeksikan posisi kebijakan luar negerinya.<sup>38</sup> Salah satu platform untuk melakukan diplomasi digital ini adalah melalui media sosial, yang memberi peluang bagi suatu negara untuk terlibat langsung dalam menyebarkan pesan serta bertukar informasi dengan negara lain di seluruh dunia selama 24 jam.

Fleksibilitasnya meningkatkan konektivitas dan memberi kemudahan bagi negara-negara untuk berinteraksi dalam memenuhi kepentingan luar negerinya, pada aspek politik, ekonomi, budaya, hingga pembentukan dan pemulihan citra negara. Banyaknya platform media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Snapchat*,

---

<sup>36</sup> Chheang Vannarith, *op. cit.*

<sup>37</sup> Olubukola S. Adesina, "Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy," *Cogent Social Sciences*, 1297175, 1 Maret, 2017, hal. 1, diakses pada 7 Maret, 2022, DOI: 10.1080/23311886.2017.1297175

<sup>38</sup> *Ibid.*

*YouTube, Instagram, Weibo*, dan platform lainnya merupakan segmen yang berkembang dari bentuk diplomasi digital. Para pemimpin dunia beserta diplomatnya mulai menggunakan media sosial, khususnya *Twitter* untuk terlibat langsung dengan target sasaran yang ingin mereka pengaruhi, yaitu publik asing di luar Tiongkok.<sup>39</sup> Duta besar Tiongkok menyadari bahwa penggunaan media sosial ini memungkinkan pesan yang ingin disampaikan beredar secara efisien kepada target sasaran penerima informasi.<sup>40</sup> Kemudahan penyebaran informasi kepada publik serta komunikasi antar negara melalui media sosial juga dianggap dapat memberi kontribusi nyata bagi manajemen krisis.

Diplomasi digital yang dilakukan Tiongkok hanyalah merupakan salah satu upayanya untuk mendapatkan sumber daya dalam membangun pengaruh dan membentuk persepsi masyarakat global tentang Tiongkok.<sup>41</sup> Pemerintah Tiongkok sendiri juga telah mendorong para diplomatnya untuk berperan aktif dalam diplomasi digital dalam upaya meningkatkan citra positif serta membantah tuduhan internasional yang ada. Hal tersebut dilakukan dengan meluncurkan beberapa akun media sosial resmi diplomatik sebagai upaya memperluas jaringan diplomasi publik, mengunggah pandangan Tiongkok kepada audiens global, serta membangun jaringan komunikasi untuk propaganda eksternal Partai Komunis Cina (PKC).<sup>42</sup> Melalui diplomasi digital ini, Tiongkok juga ingin mencoba menampilkan

---

<sup>39</sup> Olubukola S. Adesina, *op. cit.*, hal. 5.

<sup>40</sup> Jorge Marinho, "China in Africa (2019): Facebook & Twitter as Part of Public Diplomacy," USC Center on Public Diplomacy, 14 Agustus, 2020, diakses pada 7 Maret, 2022, <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/china-africa-2019-facebook-twitter-part-public-diplomacy>

<sup>41</sup> Raj Verma, "China's Diplomacy and Changing the COVID-19 Narrative," *International Journal: Canada's Journal of Global Policy Analysis* 75, no. 2, 2020, hal. 2., diakses pada 7 Maret, 2022, DOI: <https://doi.org/10.1177/0020702020930054>

<sup>42</sup> Raj Verma, *op. cit.*

citranya sebagai aktor yang bertanggung jawab dengan berupaya semaksimal mungkin dalam membantu negara lain yang membutuhkan bantuannya.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Pemerintah Tiongkok selama ini dikenal tertutup, kaku, dan kerap dianggap tidak proaktif dalam kebebasan pers di media sosial.<sup>43</sup> Berbeda dengan negara lain, Tiongkok menjadi salah satu negara dengan indeks kebebasan pers terendah dan memiliki sejumlah aturan ketat terkait kebebasan pers dan sensor.<sup>44</sup> Pada kenyataannya, dalam beberapa tahun terakhir, Presiden Xi Jinping dan PKC memperketat kendali mereka atas media milik negara dan swasta Tiongkok, serta secara aktif meningkatkan pengawasan di media sosial.<sup>45</sup> Terjadinya lonjakan *microblogging* pada masyarakat Tiongkok membuat pemerintah Tiongkok juga melakukan kontrol pada media sosial secara intensif.<sup>46</sup> Ketatnya kebebasan pers terutama di media sosial ini juga merupakan dampak dari sistem maupun cara politik pemerintahan Tiongkok yang komunis.

---

<sup>43</sup> Zhaoyin Feng, "China and Twitter: The Year China Got Louder on Social Media," BBC News, 29 Desember, 2019, diakses pada 13 Maret, 2022, <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-50832915>

<sup>44</sup> Reporters Without Borders, "China, Ranking near the Bottom of RSF's Index, Claims It 'Welcomes' Foreign Journalists despite All Evidence to the Contrary," RSF, 23 April, 2020, diakses pada 13 Maret, 2022, <https://rsf.org/en/news/china-ranking-near-bottom-rsfs-index-claims-it-welcomes-foreign-journalists-despite-all-evidence>

<sup>45</sup> Ibid.

<sup>46</sup> Tania Branigan, "China to Step up Social Media Censorship," The Guardian, Guardian News and Media, 26 Oktober, 2011, diakses pada 13 Maret, 2022, <https://www.theguardian.com/world/2011/oct/26/china-social-media-censorship>

Sejak 2009 lalu, para diplomat dan pejabat pemerintah Tiongkok menutup ruang digitalnya dengan memblokir dan melakukan penyensoran di beberapa aplikasi media sosial Barat seperti *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, serta ribuan situs Barat lainnya bagi warganya sendiri.<sup>47</sup> PKC juga ingin mengembangkan industri Tiongkok sendiri dengan membangun media sosial alternatif untuk bersaing dengan barat melalui *WeChat* dan *Weibo*.<sup>48</sup> Hal ini juga dikarenakan PKC yang ingin lebih menekankan perang ideologis dan pemblokiran ide-ide barat, namun sayangnya peraturan ini terus merambah ke ranah pribadi dan menyensor topik yang bahkan tidak berbahaya.<sup>49</sup> Pembatasan Tiongkok terhadap layanan maupun platform media barat dan sistem penyensoran internet ini disebut sebagai *Great Firewall of China*.<sup>50</sup> Adanya peraturan ini menciptakan lingkungan yang kaku bagi masyarakat Tiongkok.

Namun, Tiongkok di bawah Presiden Xi Jinping saat ini menyita perhatian negara-negara barat dengan adanya transisi baru dan pergeseran paradigma dalam kebijakan luar negerinya. Diplomasi yang dilakukan Tiongkok selama COVID-19 ini dianggap lebih agresif dan frontal, atau yang seringkali disebut di kalangan

---

<sup>47</sup> Christina Lu, "China's Social Media Explosion," *Foreign Policy*, 11 November, 2021, diakses pada 14 Maret, 2022, <https://foreignpolicy.com/2021/11/11/china-social-media-tech-linkedin-wechat-censorship-privacy-regulation/>

<sup>48</sup> Preety Bhogal, "China's Protectionist Tendencies Will Continue," *ORF*, 22 Maret, 2017, diakses pada 14 Maret, 2022, <https://www.orfonline.org/expert-speak/china-protectionist-tendencies-continue/>

<sup>49</sup> *Ibid.*

<sup>50</sup> China's Great Firewall, "Free Speech vs Maintaining Social Cohesion: A Closer Look at Different Policies," n.d., diakses pada 14 Maret, 2022, [https://cs.stanford.edu/people/eroberts/cs181/projects/2010-11/FreeExpressionVsSocialCohesion/china\\_policy.html](https://cs.stanford.edu/people/eroberts/cs181/projects/2010-11/FreeExpressionVsSocialCohesion/china_policy.html)

diplomasi Tiongkok sebagai “*Wolf Warrior Diplomacy*”.<sup>51</sup> Semenjak adanya COVID-19, Tiongkok justru lebih aktif di media sosial untuk melakukan diplomasi negaranya. Hal ini memperkuat bukti adanya perubahan cara Tiongkok berdiplomasi dari yang sebelumnya menggunakan cara yang konservatif dan pasif, menjadi lebih tegas, agresif, dan proaktif selama COVID-19.<sup>52</sup>

Sejak awal pandemi COVID-19 pada 2019 lalu, Pemerintah Tiongkok justru semakin memanfaatkan media sosial barat secara proaktif, khususnya *Twitter*, *Facebook*, dan *YouTube* untuk melakukan komunikasi di arena diplomatik.<sup>53</sup> Adanya pergeseran bentuk diplomasi Tiongkok dan terlibatnya pemerintah Tiongkok dalam media sosial menjadi hal penting di era transformasi digital ini, terutama ketika diplomasi secara tatap muka menjadi sesuatu yang sulit untuk dilakukan selama pandemi. Diplomasi digital yang dilakukan ini memang bukan merupakan sesuatu yang baru untuk dilakukan oleh suatu negara, namun bagi Tiongkok yang sebelumnya memang belum pernah melakukan diplomasi secara digital menggunakan platform barat, ini merupakan suatu hal yang baru dan menarik bagi Tiongkok. Melalui diplomasi digital, setiap negara termasuk Tiongkok dapat mempunyai saluran untuk menyampaikan posisi mereka masing-masing tanpa sekat-sekat diplomatik yang sebelumnya ada. Berbagai upaya dan strategi diplomasi digital Tiongkok ini menjadi fenomena menarik sebagai kajian

---

<sup>51</sup> Zhao Alexandre Huang, “‘Wolf Warrior’ and China’s Digital Public Diplomacy during the COVID-19 Crisis - Place Branding and Public Diplomacy,” Palgrave Macmillan UK, 26 Oktober, 2021, hal. 37., diakses pada 14 Maret, 2022, <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-021-00241-3>

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Ibid.

*low politic* yaitu kajian diplomasi dan isu kesehatan global (*global health issue*) dalam program studi hubungan internasional.

### **1.2.1 Pembatasan Masalah**

Dalam pembahasan mengenai diplomasi digital “Wolf Warrior” Tiongkok dalam memperbaiki citra negaranya melalui media sosial, penulis akan berfokus pada diplomasi digital Tiongkok yang dilakukan semenjak pandemi COVID-19 dari Desember 2019 – Desember 2021. Penulis berfokus pada kurun waktu tahun 2019-2021 khususnya saat pandemi COVID-19 karena Tiongkok mulai berperan aktif dalam melakukan diplomasi digitalnya melalui media sosial *Twitter* resmi Kementerian Luar Negeri Tiongkok. Dipilihnya *Twitter* sebagai media sosial yang paling aktif digunakan Tiongkok sebagai alat diplomatik.

Twitter telah menjadi salah satu situs web yang paling banyak dikunjungi di Internet. Saat ini, organisasi-organisasi pemerintah di seluruh dunia telah membuat akun Twitter untuk mempromosikan berbagai kebijakan mereka, hingga akhirnya Twitter menjadi platform sosial media yang hampir digunakan seluruh masyarakat internasional. Twitter juga memiliki fitur tagar (#) bagi penggunaannya, sehingga kemampuan penjangkauan yang ditargetkan yang ditawarkan Twitter melalui tagar (#), memungkinkan Tiongkok dalam menjangkau publik asing. Selain itu, penulis juga hanya berfokus kepada akun Twitter resmi Kementerian Luar Negeri Tiongkok yaitu @MFA\_China dan

Zhao Lijian yaitu @zlj517. Hal ini dikarenakan kedua akun tersebut merupakan akun yang paling aktif menanggapi berbagai kritikan dari publik asing di Twitter terkait COVID-19.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Melalui uraian di atas, maka dalam penulisan kajian ini dapat diajukan pertanyaan penelitian, yaitu:

“Bagaimana penggunaan diplomasi digital “Wolf Warrior” Tiongkok untuk memperbaiki citra negara melalui media sosial selama pandemi COVID-19 tahun 2019-2021?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas diplomasi digital ‘Wolf Warrior’ Kementerian Luar Negeri Tiongkok untuk mempengaruhi narasi masyarakat global tentang Tiongkok untuk memperbaiki citra negara melalui media sosial selama pandemi COVID-19 tahun 2019-2021.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini berguna sebagai referensi penambah informasi para akademisi yang tertarik dan ingin meneliti kajian yang serupa. Penelitian ini juga menjadi

media pengaplikasian ilmu serta teori-teori yang telah dipelajari selama menjalani perkuliahan. Penulis juga memberikan gambaran lain dalam penelitian ini bahwa media diplomasi di era transformasi digital ini semakin berkembang dengan mengandalkan teknologi, yaitu menjadi diplomasi secara digital.

### **1.5 Kajian Pustaka**

Dalam proses menganalisa masalah dan penyusunan penelitian, penulis mengkaji beberapa literatur yang berasal dari penelitian lain sebagai sumber atau referensi yang dapat mendukung penyusunan penelitian. Kajian literatur ini bertujuan untuk melihat penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Beberapa penelitian sebelumnya membantu penulis untuk memperdalam fokus pembahasan dan dapat membahas sisi yang belum dikaji sebelumnya. Penulis menemukan lima kajian literatur terdahulu yang membahas mengenai diplomasi digital “Wolf Warrior” Tiongkok melalui media sosial.

Literatur yang pertama adalah artikel jurnal yang berjudul “Exploring China’s Digitalization of Public Diplomacy on Weibo and Twitter: A Case Study of the U.S.–China Trade War” oleh Zhao Alexandre Huang dan Rui Wang.<sup>54</sup> Dalam jurnal tersebut, Zhao dan Rui menganalisis kampanye diplomasi publik para diplomat Tiongkok di Twitter dan Weibo pada studi kasus perang dagang antara

---

<sup>54</sup> Zhao Alexandre Huang dan Rui Wang, “Exploring China's Digitalization of Public Diplomacy on Weibo and Twitter: A Case Study of the U.S.-China Trade War,” *International Journal of Communication* Vol. 15, April, 2021, diakses pada 19 Maret, 2022, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15105/3422>

AS - Tiongkok. Diplomasi digital melalui media sosial ini merupakan perpanjangan propaganda Partai Komunis Cina (PKC) untuk membangun reputasi dan mempromosikan modernisasi Tiongkok, serta menyebarkan nilai sosialisme dan budaya Tiongkok melalui pendekatan *soft power*. Selama perang dagang AS – Tiongkok, Tiongkok juga menunjukkan kepada publik domestik sikap proaktif, keras, dan posisi dominannya selama bernegosiasi dengan AS. Kementerian Luar Negeri Tiongkok menggunakan Weibo dan Twitter dalam melaksanakan propaganda eksternal PKC di bawah Xi Jinping, “tell China’s stories well”, untuk menceritakan kisah-kisah Tiongkok, menyampaikan berbagai informasi dan narasi positif tentang Tiongkok pada masyarakat internasional.

Literatur kedua adalah artikel jurnal yang berjudul “The China Model of Public Diplomacy and its Future” oleh Kejin Zhao.<sup>55</sup> Kejin menjelaskan bahwa model diplomasi publik Tiongkok berada di bawah kepemimpinan PKC berkembang dari bersifat pasif menjadi lebih tegas, proaktif, dan agresif. Hal ini didasarkan pada keinginan untuk menyebarkan Impian Tiongkok (*China’s Dream*) yang disampaikan oleh Presiden Xi Jinping kepada masyarakat internasional. Hal ini dilakukan untuk memperkuat pendekatan *soft power* Tiongkok dalam mendapatkan suara yang lebih besar di arena internasional.

---

<sup>55</sup> Kejin Zhao, “The China Model of Public Diplomacy and Its Future,” *The Hague Journal of Diplomacy* 14, no. 1-2, April 22, 2019, hal. 169-181, diakses pada 19 Maret, 2022, DOI: <https://doi.org/10.1163/1871191x-14101033>

Literatur ketiga yaitu berjudul “China’s News Media Tweeting, Competing With US Sources” oleh Joyce Y. M. Nip dan Chao Sun.<sup>56</sup> Joyce dan Chao mengkaji efektivitas inisiatif dan strategi proaktif Tiongkok di media sosial internasional dalam melawan dominasi komunikasi global Barat terkait sengketa Laut Cina Selatan melalui tagar #southchinasea di Twitter. Ketika media sosial menjadi sumber berita yang semakin penting, media berita Tiongkok mulai merangkul platform media sosial internasional untuk komunikasi eksternalnya, meskipun banyak dari platform tersebut diblokir untuk masyarakat Tiongkok. Dalam jurnal ini, Joyce dan Chao menjelaskan penerbitan tiga organisasi media berita pemerintah Tiongkok di Twitter, Xinhua News, People's Daily, dan CCTV News/CGTN, yaitu sebagai pembentuk agenda berita tentang Tiongkok kepada masyarakat internasional. Strategi ini dianggap dapat menempati ruang baru pembentukan opini publik dan mendongkrak kekuatan wacana global Tiongkok untuk membangun tatanan baru komunikasi internasional.

Literatur keempat berjudul “The New Silk Road on Facebook: How China’s official media cover and frame a national initiative for global audiences” oleh Fan Liang.<sup>57</sup> Dalam penelitian ini, Fan menemukan bahwa perluasan media resmi Tiongkok di platform jaringan Barat seperti Facebook dan Twitter untuk

---

<sup>56</sup> Joyce Y. Nip and Chao Sun, “China’s News Media Tweeting, Competing with US Sources,” *Westminster Papers in Communication and Culture* 13, no. 1, 2018, hal. 98-122, diakses pada 20 Maret, 2022, DOI: <https://doi.org/10.16997/wpcc.292>

<sup>57</sup> Fan Liang, “The New Silk Road on Facebook: How China’s Official Media Cover and Frame a National Initiative for Global Audiences,” *Communication and the Public* 4, no. 4, 8 Januari, 2020, hal. 261-275, diakses pada 20 Maret, 2022, DOI: <https://doi.org/10.1177/2057047319894654>

memproduksi dan pemingkiaan berita mengenai ‘The New Silk Road’ menunjukkan rencana ambisius Tiongkok untuk mencapai tujuan resmi “*spreading China’s voices*”. Peningkatan aktivitas Tiongkok di Facebook terkait ‘The New Silk Road’ menunjukkan niatnya untuk memperkuat pengaruh internasional dan aspirasi Tiongkok dalam mempromosikan *soft power* dan citra globalnya di era digital. Media resmi Tiongkok mengadopsi pendekatan *soft power* untuk meningkatkan visibilitas dan kepositifan kebijakan luar negeri Tiongkok di Facebook.

Literatur terakhir yang penulis jadikan acuan adalah artikel jurnal yang berjudul “China's Wolf Warrior Diplomacy and Xi Jinping's Grand Diplomatic Strategy” oleh Yaoyao Dai dan Luwei Luqiu.<sup>58</sup> Yaoyao dan Luwei menjelaskan bahwa diplomasi “Wolf Warrior” telah menjadi istilah terhadap diplomasi Tiongkok semenjak pandemi COVID-19. Implementasi dari adanya diplomasi ini dapat terlihat dari Hua Chunying dan Zhao Lijian, juru bicara Kementerian Luar Negeri Tiongkok, yang secara agresif menghadapi kritik eksternal terhadap Tiongkok di media sosial atas instruksi dari Presiden Xi Jinping. Diplomasi “Wolf Warrior” yang bersifat agresif ini mencerminkan seruan Xi Jinping untuk “semangat juang” dalam membela kepentingan utama Tiongkok. Melalui cara ini,

---

<sup>58</sup> Yaoyao Dai dan Luwei Rose Luqiu, “China's Wolf Warrior Diplomacy and Xi Jinping's Grand Diplomatic Strategy,” 29 Maret, 2021, hal. 1-36, diakses pada 21 Maret, 2022, [https://www.researchgate.net/profile/Yaoyao-Dai/publication/350677590\\_China's\\_Wolf\\_Warrior\\_Diplomacy\\_and\\_Xi\\_Jinping's\\_Grand\\_Diplomatic\\_Strategy/links/606d2dcb4585159de50121af/Chinas-Wolf-Warrior-Diplomacy-and-Xi-Jinpings-Grand-Diplomatic-Strategy.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Yaoyao-Dai/publication/350677590_China's_Wolf_Warrior_Diplomacy_and_Xi_Jinping's_Grand_Diplomatic_Strategy/links/606d2dcb4585159de50121af/Chinas-Wolf-Warrior-Diplomacy-and-Xi-Jinpings-Grand-Diplomatic-Strategy.pdf).

diplomasi Tiongkok dengan tegas berupaya membela citra Tiongkok dan menghadapi setiap narasi dan komentar negatif tentang Tiongkok.

Kelima literatur tersebut membantu penulis dalam mendapatkan gambaran dan informasi mengenai penelitian yang akan diteliti. Hal ini kemudian yang dianggap penting oleh penulis untuk dikaji, memang sudah banyak yang membahas permasalahan terkait diplomasi digital Tiongkok, namun terdapat celah dalam beberapa artikel jurnal tersebut yang belum dikaji, seperti kurang detailnya pembahasan mengenai tuduhan-tuduhan terhadap Tiongkok. Penelitian ini juga ingin memetakan pemikiran-pemikiran yang ada dan lebih berfokus tentang diplomasi digital Tiongkok pada saat pandemi COVID-19 pada periode waktu 2019 – 2021.

## **1.6 Kerangka Pemikiran**

Dalam membahas mengenai kegiatan diplomasi digital Tiongkok melalui *Twitter* diperlukan beberapa teori dan konsep sebagai dasar dari pembahasan penelitian. Hubungan internasional berkaitan erat dengan adanya interaksi antara aktor-aktor negara maupun non-negara untuk melaksanakan tujuan politik luar negerinya. Politik luar negeri merupakan sebuah bentuk perilaku, suatu rencana aksi, dan komitmen suatu negara dalam berhubungan dengan aktor-aktor di lingkungan eksternal.<sup>59</sup> Hal ini menjadi salah satu upaya untuk merancang, mengelola, dan mengendalikan hubungan luar negeri. Demi mencapai kepentingan

---

<sup>59</sup> James N. Rosenau, Kenneth W. Thompson, dan Gavin Boyd, *World Politics: An Introduction*, New York: Simon & Schuster, 1976, hal. 16.

nasionalnya, diplomasi menjadi salah satu instrumen penting yang digunakan untuk implementasi politik luar negeri suatu negara.<sup>60</sup>

Kebijakan luar negeri juga tidak dapat terlepas dengan konsep kepentingan nasional. Kepentingan nasional bertujuan sebagai alat untuk menganalisa, mendeskripsikan, menjelaskan, serta mengevaluasi kebijakan luar negeri suatu negara.<sup>61</sup> Sebaliknya, kebijakan merupakan alat bagi negara untuk mendapatkan apa yang ingin dicapai dalam kepentingan mereka. Definisi kepentingan nasional menurut Donald E. Nuechterlein merupakan suatu kebutuhan dan keinginan yang dimiliki oleh suatu negara yang berdaulat melalui hubungannya dengan negara berdaulat lainnya dalam suatu lingkungan eksternal.<sup>62</sup>

Kebijakan luar negeri tersebut dapat diimplementasikan dengan cara *hard power* maupun *soft power*. Kedua pendekatan tersebut memiliki peran yang berbeda, *hard power* lebih cenderung menggunakan kekuatan militer, sedangkan *soft power* merupakan pendekatan dengan cara berdiplomasi sebagai daya tariknya untuk menarik perhatian dan membujuk negara lain.<sup>63</sup> Pada era globalisasi ini, perubahan isu-isu kontemporer dan adanya integrasi teknologi informasi juga mengubah instrumen negara-negara dalam melakukan diplomasi. Semakin beragamnya bentuk diplomasi di era sekarang ini membuat negara-negara

---

<sup>60</sup> Robert Jackson and Georg Sørensen, "Foreign Policy," *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, (New York, 2013: Oxford University Press Inc.), hal. 251-252.

<sup>61</sup> Joseph Frankel, *Key Concept in Political Science: National Interest*, (London: Palgrave Macmillan, 1970): hlm. 16.

<sup>62</sup> Donald E. Nuechterlein, "National Interest and Foreign Policy: A Conceptual Approach for Analysis and Decision-Making," *British Journal of International Studies Vol. 2 No. 3* (1976): hlm. 248.

<sup>63</sup> Harry Adams , "Hard Power and Soft Power Explained – What Is the Difference?," Forces Network, 21 September, 2021, diakses pada 26 Maret, 2022, <https://www.forces.net/news/what-difference-between-hard-power-and-soft-power>.

cenderung mulai melakukan pendekatan *soft power* dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Konsep *soft power* pertama kali dicetuskan oleh Joseph Nye dalam jurnal yang berjudul “Public Diplomacy and Soft Power”, yang menyatakan bahwa pendekatan *soft power* lebih menekankan pada instrumen kebudayaan dan nilai untuk menarik hati maupun perhatian masyarakat di negara lain untuk mencapai kepentingannya.<sup>64</sup>

Diplomasi menjadi instrumen utama pelaksanaan kebijakan luar negeri setiap negara yang dirancang untuk memenuhi kepentingan nasional yang menjadi prioritasnya terkait aspek domestik maupun internasional. Menurut Nikos Christodoulides, diplomasi menjadi salah satu cara yang dilakukan oleh negara dengan mengirimkan perwakilan resmi dalam bernegosiasi dan bertukar informasi di lingkungan internasional untuk mencapai kebijakan luar negerinya.<sup>65</sup> Sebelum Perang Dingin, aktor diplomasi hanya dilakukan oleh kalangan pemerintah seperti Presiden atau Duta Besar. Namun di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini mulai bermunculan aktor-aktor non pemerintah yang berpotensi besar untuk menjangkau publik secara lebih luas melalui diplomasi publik.

Diplomasi publik menjadi kegiatan yang disponsori oleh pemerintah untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, serta membangun opini publik tentang citra suatu negara yang baik terhadap negara-negara lain.<sup>66</sup> Menurut Mark Leonard,

---

<sup>64</sup> Joseph S. Nye, “Public Diplomacy and Soft Power,” *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616, no. 1, 2008, hal. 94., diakses pada 7 Maret 2022, DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>.

<sup>65</sup> Nikos Christodoulides, “Internet and Diplomacy,” *American Diplomacy Est 1996*, Maret, 2005, diakses pada 26 Maret, 2022, <https://americandiplomacy.web.unc.edu/2005/03/internet-and-diplomacy/>.

<sup>66</sup> Sukawarsini Djelantik, *Diplomasi Publik dan Peran Masyarakat, Diplomasi antara Teori dan Praktik*, (Yogyakarta, 2008: Graha Ilmu), hal. 213.

diplomasi publik menjadi sebuah cara yang dilakukan negara untuk mempromosikan kepentingan nasionalnya dan membangun hubungan baik melalui interaksi antar pemerintah yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik di negara lain.<sup>67</sup> Diplomasi ini dilakukan dengan mengkomunikasikan pandangan antara negara-negara yang terlibat agar dapat memahami situasi suatu negara, serta menghapus adanya mispersepsi pada masyarakat internasional.<sup>68</sup> Adanya hubungan baik antara pemerintah dan masyarakat internasional ini diharapkan dapat membentuk persepsi positif masyarakat internasional terhadap suatu negara tertentu. Menurut Louise Diamond dan John McDonald, diplomasi publik pada dasarnya memiliki tiga tujuan utama, yaitu menghindari konflik, mengurangi kesalahpahaman, dan menjadi jembatan antara diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah dengan masyarakat internasional secara formal.<sup>69</sup>

Berdasarkan pandangan John Robert Kelley, suatu negara dapat melakukan kegiatan diplomasi publik dengan tiga hal, yaitu: 1. *Information*, negara dapat menyampaikan informasi terkait suatu fenomena ataupun konflik tertentu.<sup>70</sup> 2. *Influence*, negara melakukan upaya persuasi untuk mempengaruhi opini masyarakat internasional.<sup>71</sup> 3. *Engagement*, negara dapat membangun hubungan

---

<sup>67</sup> Nicholas J Cull, "Public Diplomacy: Seven Lessons for Its Future from Its Past," *Place Branding and Public Diplomacy* 6, no. 1, Februari 2010, hal. 12, diakses pada 26 Maret, 2022, DOI: <https://doi.org/10.1057/pb.2010.4>.

<sup>68</sup> Mark Leonard, "Diplomacy by Other Means," *Foreign Policy*, no. 132, September, 2002, hal. 50, diakses pada 26 Maret, 2022, DOI: <https://doi.org/10.2307/3183455>.

<sup>69</sup> Nicholas J. Cull, *op. cit.*, hal. 19.

<sup>70</sup> John Robert Kelley, *Between Take-Offs and Crash Landings – Situational Aspect of Public Diplomacy*, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* – Nancy Snow dan Phillip M. Taylor (New York: Routledge), 2009, hal. 72-74.

<sup>71</sup> *Ibid.*

yang bersifat jangka panjang dengan negara lain untuk meningkatkan rasa kepercayaan serta pemahaman terhadap publik di negara lain.<sup>72</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat membuat perubahan signifikan terhadap cara masyarakat dunia berinteraksi, termasuk berdiplomasi. Kehadiran internet membantu kegiatan diplomasi melalui komunikasi di berbagai media digital supaya dapat terlibat langsung dengan opini publik. Seiring berkembangnya digitalisasi, media diplomasi publik mulai menggunakan platform digital. Berdasarkan argumen dari Anthony S. Deos, diplomasi digital merupakan pemanfaatan internet, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam mempengaruhi opini, ide dan perilaku, maupun nilai untuk meningkatkan pemahaman bersama (*mutual understanding*).<sup>73</sup> Menurut Marcus Holmes, diplomasi digital menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh suatu negara dengan menggunakan instrumen teknologi digital di internet berupa media sosial.<sup>74</sup>

Adanya berbagai platform media sosial yang memiliki ciri khas masing-masing membuat para penggunanya di seluruh dunia dapat berkomunikasi dengan mudah. Corneliu Bjola mengemukakan bahwa diplomasi digital dapat dikategorikan menjadi tiga hal, yaitu: *Agenda-setting*, *Presence-expansion*, serta

---

<sup>72</sup> John Robert Kelley, *loc. cit.*

<sup>73</sup> Anthony Deos, "Digital Diplomacy & Social Capital: Analysing Relational Components of Trust in US & Israeli Online Social Networks," OUR Archive Home (New Zealand: University of Otago), 2015, diakses pada 26 Maret, 2022, <https://ourarchive.otago.ac.nz/handle/10523/5800>.

<sup>74</sup> Marcus Holmes, *Digital Diplomacy and International Change Management, Digital Diplomacy Theory and Practice*, 1st ed. (Oxfordshire, England: Routledge), 2015, hal. 17-18.

*Propagation-routes*.<sup>75</sup> Namun, dalam penelitian ini penulis hanya akan melakukan analisa terkait diplomasi digital “Wolf Warrior” Tiongkok melalui *Twitter* selama COVID-19 tahun 2019-2021 dengan berfokus pada dua kategori yaitu *Agenda-setting* dan *Presence-expansion*, serta.

#### **a. *Agenda-setting***

Michelle Wolfe melihat *Agenda-setting* merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh suatu negara untuk menyampaikan informasi melalui instrumen media sosial, untuk membangun serta mempengaruhi opini masyarakat internasional.<sup>76</sup> Pada dasarnya, *agenda-setting* dilakukan oleh pemerintah dalam diplomasi digitalnya melalui media sosial maupun situs resmi pemerintah. Hal ini digunakan untuk mengukur dan melihat seberapa berpengaruh informasi maupun pesan yang disampaikan oleh pemerintah di suatu negara kepada target masyarakat negara tujuan. Berbagai informasi maupun pesan yang disampaikan ini yang kemudian dapat membangun perhatian publik dan membentuk citra positif suatu negara. Dalam kegiatannya, *agenda-setting* juga digunakan untuk melihat

---

<sup>75</sup> Corneliu Bjola dan Lu Jiang, *Social Media and Public Diplomacy – A Comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China, Digital Diplomacy Theory and Practice*, (New York: Routledge), 2015, hal. 72.

<sup>76</sup> Michelle Wolfe, Bryan D. Jones, dan Frank R. Baumgartner, “A Failure to Communicate: Agenda Setting in Media and Policy Studies,” *Political Communication* 30, no. 2, 2 Mei, 2013, hal. 175-177, diakses pada 27 Maret, 2022, DOI: <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.737419>.

adanya pola frekuensi penyampaian pesan melalui suatu unggahan di media sosial.<sup>77</sup>

### ***b. Presence-expansion***

Dalam menjangkau publik lebih luas lagi, pemerintah harus menyampaikan topik-topik yang relevan. Melalui strategi *presence-expansion* ini, pemerintah dapat mengukur sejauh mana pengaruh pesan dan informasi yang diterima oleh masyarakat internasional.<sup>78</sup> Strategi ini dapat dilakukan dengan menghitung banyaknya jumlah pesan maupun informasi pemerintah pada akun media sosialnya yang dituliskan kembali (*repost*).<sup>79</sup>

## **1.7 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1.7.1 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang berupa deskriptif analisis, di mana metode ini merupakan metode yang mengandalkan studi teks atau dokumen sebagai sumber data yang valid. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk

---

<sup>77</sup> Corneliu Bjola dan Lu Jiang, *op. cit.*, hal. 11-12.

<sup>78</sup> Corneliu Bjola dan Lu Jiang, *op. cit.*, hal. 15-16.

<sup>79</sup> Ibid.

memahami (*to understand*) dan menafsirkan (*to interpret*) sebuah perilaku atau interaksi sosial.<sup>80</sup> Menurut John W. Creswell, metode kualitatif ini cenderung menjelaskan suatu masalah melalui pengumpulan data yang mendalam, sehingga kualitas dari hasil penelitian ini bergantung pada kedalaman pengumpulan data dan analisis penulis.<sup>81</sup> Metode ini memiliki beberapa tahapan, yaitu proses pengumpulan data, di mana data-data tersebut dianalisis menggunakan konsep dan studi kasus, kemudian disajikan dan diinterpretasikan oleh peneliti, sehingga setelah itu peneliti dapat menarik kesimpulan.<sup>82</sup> Dalam memberikan gambaran menyeluruh terkait situasi yang sedang diteliti oleh penulis, penelitian ini akan menggunakan salah satu jenis dari metode penelitian kualitatif yaitu *case studies* (studi kasus). Studi kasus merupakan studi mengenai kompleksitas serta kekhususan dari suatu kasus tunggal, di mana peneliti akan berusaha untuk memahami kasus tersebut dalam konteks, situasi, dan waktu tertentu.<sup>83</sup>

Dalam melihat pengaruh aktivitas diplomasi digital yang dilakukan Tiongkok, penulis juga menggunakan analisis sentimen untuk mengategorikan sentimen yang muncul dalam pesan Twitter. Analisis ini melibatkan **analisis kata kunci** yang muncul dalam topik pencarian dan mengeksplorasi sentimen yang diungkapkan dalam setiap topik yang terkait

---

<sup>80</sup> John W. Creswell dan J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc), 2018, hal. 14-19.

<sup>81</sup> Ibid.

<sup>82</sup> John W. Creswell dan J. David Creswell, *loc. cit.*

<sup>83</sup> J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulan* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010). hal. 49.

dengan COVID-19. Dalam menilai sentimen respon/komentar publik asing di Twitter tentang COVID-19 pada akun @MFA\_China dan @zlj517, penulis menggunakan situs *Text2data*.<sup>84</sup> Sentimen telah diklasifikasikan berdasarkan tiga segmen, yaitu positif, negatif dan netral.<sup>85</sup> Langkah pertama dalam analisis sentimen adalah mendapatkan skor sentimen untuk setiap tweet. Skor sentimen adalah vektor numerik yang terletak antara -1 hingga 1, skor 1 untuk pernyataan positif (di mana orang memiliki sentimen atau perasaan positif), 0 untuk pernyataan netral, dan -1 atau di bawah 0 adalah pernyataan negatif (di mana orang memiliki pendapat atau pernyataan negatif tentang topik tersebut).<sup>86</sup> Kemudian, hasil dari sentimen tersebut nantinya akan diolah dan disimpan pada Ms. Excel.

Dalam melihat berbagai komentar-komentar dari publik asing di Twitter pada kedua akun diplomat Tiongkok tersebut, penulis menggunakan situs *Export Comments*.<sup>87</sup> Penulis menggunakan situs tersebut untuk menyaring komentar-komentar yang berkaitan dengan COVID-19 pada kedua akun diplomat. Kemudian, hasil berbagai komentar tersebut nantinya akan diolah dan disimpan dalam Ms. Excel. Komentar yang disaring terdapat empat (4) data Excel, yaitu 2 data sebelum dilaksanakannya

---

<sup>84</sup> "Text Analytics Platform," Text Analytics & Sentiment Analysis API, n.d., diakses pada 7 Desember, 2022, <https://text2data.com/>.

<sup>85</sup> P Chinnasamy et al., "Covid-19 Vaccine Sentiment Analysis Using Public Opinions on Twitter," Materials today. U.S. National Library of Medicine, 2022, diakses pada 7 Desember, 2022, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9046075/>.

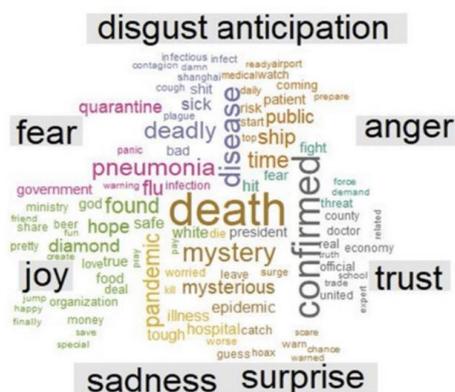
<sup>86</sup> Ibid.

<sup>87</sup> ExportComments.com, "Export Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, Vimeo Comments to CSV / Excel," exportcomments.com (EXPORTCOMMENTS), n.d., diakses pada 22 Desember, 2022, <https://exportcomments.com/>.



Analisis sentimen menggunakan leksikon sentimen National Research Council (NRC) memungkinkan penulis untuk memeriksa ekspresi 8 istilah yang berkaitan dengan emosi dasar: *anger*, *anticipation*, *disgust*, *fear*, *joy*, *surprise*, *sadness*, dan *trust*.<sup>92</sup> Di antara delapan emosi tersebut, *trust* dan *joy* dianggap sebagai emosi **positif**, sedangkan *anger*, *sadness*, *fear*, dan *disgust* dianggap sebagai emosi negatif.<sup>93</sup> Sedangkan untuk *surprise* dan *anticipation* dapat dikatakan sebagai sentimen positif atau negatif tergantung pada konteksnya.<sup>94</sup>

Berikut adalah daftar kata menggunakan ‘Word Cloud’ seputar COVID-19 yang dapat diklasifikasikan sebagai kata negatif maupun positif di Twitter :



Gambar 2. Word Cloud klasifikasi emosi saat COVID-19 di Twitter (Sumber: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7661106/>)<sup>95</sup>

<sup>92</sup> Ibid.

<sup>93</sup> Ibid.

<sup>94</sup> Anthology, *op. cit.*

<sup>95</sup> Sakun Boon-Itt dan Yukolpat Skunkan, “Public Perception of the COVID-19 Pandemic on Twitter: Sentiment Analysis and Topic Modeling Study,” *JMIR public health and surveillance*, U.S. National Library of Medicine, 11 November, 2020, diakses pada 7 Desember, 2022, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7661106/>

Untuk tahap selanjutnya dari analisis sentimen, ‘Word Cloud’ dibuat menggunakan kata-kata emosi yang paling sering digunakan, yang dikategorikan berdasarkan warna.<sup>96</sup> Seperti yang diilustrasikan pada Gambar di atas, kata-kata seperti *death*, *mystery (mysterious)*, *epidemic*, *hoax*, *warn*, *scare*, *leave*, *surge* dan *guess* adalah kata-kata yang paling sering digunakan terkait dengan emosi ***surprise***.<sup>97</sup> Kata-kata seperti *pneumonia*, *flu*, *infection*, *panic*, *warning*, dan *quarantine* sering di-tweet dan dikaitkan dengan emosi ***fear***.<sup>98</sup> Kata-kata seperti *disease*, *deadly*, *contagion*, *plague*, *deadly*, *bad*, dan *sick* sering di-tweet dengan emosi ***disgust***.<sup>99</sup>

Kata-kata seperti *pandemic*, *illness*, *tough*, *worse*, *kill*, *worried*, *die* dan *hospital* sering di-tweet dengan emosi ***sadness***.<sup>100</sup> Untuk sentimen positif, orang men-tweet kata-kata seperti *hope*, *found*, *love*, *friend*, *share*, *happy*, *finally*, *fun*, *pray safe*, dan *diamond* untuk mengekspresikan emosi ***joy***, sedangkan kata-kata seperti *confirmed*, *doctor*, *real*, *truth*, *official*, *economy*, *trade*, *united*, *related*, dan *expert* sering digunakan dengan emosi ***trust***.<sup>101</sup>

---

<sup>96</sup> Ibid.

<sup>97</sup> Sakun Boon-Itt dan Yukolpat Skunkan, *op. cit.*

<sup>98</sup> Ibid.

<sup>99</sup> Ibid.

<sup>100</sup> Ibid.

<sup>101</sup> Ibid.

### **1.7.2 Teknik Pengumpulan Data**

Metode kualitatif ini didukung dan diperkuat oleh teknik penelitian dan analisis berupa studi kepustakaan yang relevan seperti laporan dan dokumen resmi dari situs resmi berbasis internet, situs – situs berita kredibel, buku, serta beberapa artikel jurnal dengan permasalahan serupa untuk membantu penelitian. Data-data yang penulis gunakan dalam rancangan ini berupa data sekunder yang sudah diolah dari dokumen-dokumen primer.

### **1.8 Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini ditulis dalam lima bab yang di dalamnya terbagi menjadi beberapa sub-bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I merupakan bab pendahuluan yang memberikan pemahaman dasar dari penelitian yang dilakukan. Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah yang di dalamnya terdapat deskripsi masalah, pembatasan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, serta sistematika pembahasan.

Bab II merupakan bab yang membahas mengenai kepentingan nasional Tiongkok melalui ‘Chinese Dream’, kebijakan luar negerinya di bawah pemerintah Xi Jinping melalui diplomasi digital, strategi diplomasi digital Tiongkok melalui

Twitter dan Wolf Warrior Diplomacy, serta Twitter sebagai media diplomasi digital Tiongkok.

Bab III merupakan bab yang terfokus dalam membahas tentang analisis diplomasi digital ‘Wolf Warrior’ Tiongkok dalam memperbaiki citra negaranya melalui Twitter selama COVID-19 tahun 2019-2021 berdasarkan teori diplomasi, diplomasi publik, dan diplomasi digital. Bab ini melihat aktivitas dan *engagement* kedua akun diplomat di Twitter, serta hasil dari strategi yang dilakukan melalui perbandingan analisis sentimen publik asing terhadap Tiongkok sebelum dan sesudah adanya diplomasi digital ‘Wolf Warrior’.

Bab IV merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian ini.