

ABSTRAK

PROPAGANDA SEBAGAI STRATEGI *SOFT POWER* TIONGKOK DI INDUSTRI FILM AMERIKA SERIKAT, 2012–2020

Oleh

SALSABILA ARYANTI PUTRI

Kemunculan *China Threat* dinilai mengancam citra nasional Tiongkok, atas kesadaran tersebut Tiongkok mulai menerapkan *soft power* dalam kebijakan nasionalnya sebagai upaya untuk membentuk citra positif dan memperbaiki hubungan dengan negara lain. Tiongkok dengan kekuatan pasar dan modalnya memanfaatkan industri film Amerika Serikat untuk menyampaikan pesan dan ideologi Tiongkok melalui narasi dan simbol dalam film yang dapat berdampak pada berkurangnya ruang untuk kebebasan berekspresi. Penelitian ini kemudian akan menjelaskan bagaimana propaganda digunakan sebagai strategi *soft power* Tiongkok di industri film Amerika Serikat.

Konsep propaganda digunakan untuk membuktikan adanya propaganda yang diberikan Tiongkok kepada industri film Amerika Serikat serta konsep *soft power* sebagai landasan berpikir dalam menjelaskan asumsi penggunaan propaganda sebagai salah satu strategi Tiongkok. Penelitian ini bersifat kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi pustaka yang bersumber dari situs pemerintah dan badan yang dikelola Tiongkok: Organization Department of Chinese Communist Party dan The Paper, *think tank*: Center for Intelligence Research and Analysis, dan hasil investigasi oleh PEN America.

Hasil penelitian menunjukan bahwa dalam penggambaran Tiongkok dalam film, semakin banyak selipan adegan Tiongkok dengan citra positif. Pada sistem kuota, Tiongkok memiliki kendali dalam membuat studio film AS melakukan sensor secara mandiri untuk mendapatkan akses pasar. Dana investasi yang besar juga memberi Tiongkok kebebasan untuk mengintervensi proses pembuatan film. Melalui tiga upaya tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Tiongkok berhasil menggunakan propaganda sebagai sebuah strategi dalam melaksanakan kebijakan *soft power* di industri film AS terbukti dari adanya pengaturan upaya propaganda secara terpusat melalui Central Propaganda Department dengan pemanfaatan media yaitu film yang menggambarkan Tiongkok sebagai negara yang damai.

Kata Kunci: Propaganda, Tiongkok, Amerika Serikat, Film, Strategi

ABSTRACT

PROPAGANDA AS CHINA SOFT POWER STRATEGY IN UNITED STATES FILM INDUSTRY, 2012–2020

By

SALSABILA ARYANTI PUTRI

The emergence of the China Threat is considered to threaten China's national image, based on this awareness, China has begun to apply soft power in its national policy as an effort to form a positive image and improve relations with other countries. China, with its market power and capital, exploits the United States Film Industry to convey China messages and ideologies through narratives and symbols in films which can have the impact of reducing space for freedom of expression. This research will then explain how Propaganda is used as China's Soft Power Strategy in the United States Film Industry. Propaganda as a concept is used to prove the existence of propaganda provided by China to the United States Film Industry as well as the concept of soft power as a basis for thinking in explaining the assumption of the use of propaganda as China's strategy. This research is qualitative in nature using data collection techniques in the form of literature studies sourced from government websites and Chinese-managed bodies: Organization Department of the Chinese Communist Party and The Paper, think tank: Center for Intelligence Research and Analysis, and the results of investigations by the PEN America team. The research results show that in the depiction of China in films, there are more and more scenes of China with positive images. In the quota system, China has control in making US film studios carry out censorship independently to gain market access. Large investment funds also give China the freedom to intervene in the filmmaking process. Through these three efforts, the researcher concludes that China has succeeded in using propaganda as a strategy in implementing soft power policies in the US film industry, as evidenced by the centralized regulation of propaganda efforts through the Central Propaganda Department with the use of media, namely films that depict China as a peaceful country.

Keywords: Propaganda, China, United States, Film, Strategy