

***CHINA GLOBAL TELEVISION NETWORK (CGTN) SEBAGAI MEDIA
DIPLOMASI PUBLIK TIONGKOK DI KENYA TAHUN 2020 - 2024***

Skripsi

Oleh

YUDHA LEO FRANSISCO

NPM 1816071008



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2025

ABSTRAK

CHINA GLOBAL TELEVISION NETWORK (CGTN) SEBAGAI MEDIA DIPLOMASI PUBLIK TIONGKOK DI KENYA TAHUN 2020 – 2024

OLEH

YUDHA LEO FRANSISCO

Penelitian ini membahas tentang *China Global Television Network* (CGTN) sebagai media diplomasi publik Tiongkok di Kenya pada periode 2020-2024. Sebagai media berita internasional yang dimiliki oleh pemerintah Tiongkok, CGTN berfungsi sebagai alat diplomasi publik dalam membangun citra positif Tiongkok di luar negeri, khususnya di Afrika. Kenya dipilih sebagai fokus penelitian karena posisinya sebagai salah satu pusat ekonomi dan media di Afrika Timur serta hubungan bilateral yang erat dengan Tiongkok. Penelitian ini kemudian akan menjelaskan bagaimana diplomasi publik Tiongkok di Kenya melalui media CGTN pada tahun 2020 sampai 2024.

Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi publik oleh Jan Melissen digunakan sebagai kerangka dalam memahami bagaimana CGTN memberikan narasi sebagai media diplomasi publik Tiongkok di Kenya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui data yang didapatkan dari web resmi dan artikel jurnal. Sehingga penelitian ini berfokus pada bagaimana CGTN memberikan isi berita yang menunjukkan *propaganda*, *nation branding*, dan *foreign cultural relations* untuk mendukung diplomasi publiknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CGTN memainkan peran penting dalam melakukan diplomasi publik Tiongkok di Kenya selama tahun 2020-2024. Pada unsur *propaganda*, CGTN menyoroti narasi yang pro Tiongkok. Pada unsur *nation branding*, narasi di CGTN menyoroti hasil kerja sama yang dilakukan Tiongkok dan Kenya untuk memperkuat citra positifnya di negara Kenya. Sedangkan pada unsur *foreign cultural relations*, CGTN memberikan narasi yang mendukung hubungan kedua negara melalui kerjasama perfilman, kegiatan festival budaya, hingga pariwisata. CGTN berperan dalam menyajikan perspektif alternatif terhadap isu-isu global, serta memperkuat hubungan antara Tiongkok dan Kenya melalui diplomasi publiknya.

Kata Kunci: Tiongkok, Diplomasi Publik, CGTN, Kenya

ABSTRACT

CHINA GLOBAL TELEVISION NETWORK (CGTN) AS A TOOL OF CHINA'S PUBLIC DIPLOMACY IN KENYA 2020 – 2024

BY

YUDHA LEO FRANSISCO

This study examines the China Global Television Network (CGTN) as a public diplomacy tool for China in Kenya from 2020 to 2024. As an international news outlet owned by the Chinese government, CGTN helps shape a positive image of China abroad, especially in Africa. Kenya was chosen as the focus of this research due to its role as a key economic and media hub in East Africa and its strong bilateral relations with China. This study explores how China utilizes CGTN for public diplomacy in Kenya during this period. This research adopts Jan Melissen's concept of public diplomacy to understand how CGTN constructs its narratives as China's public diplomacy medium in Kenya. The study employs a qualitative method, collecting data from official websites and journal articles. It focuses on how CGTN presents news content incorporating elements of propaganda, nation branding, and foreign cultural relations to support China's public diplomacy efforts. The findings indicate that CGTN has played a significant role in China's public diplomacy in Kenya from 2020 to 2024. In terms of propaganda, CGTN has promoted pro-China narratives. Regarding nation branding, CGTN has highlighted China-Kenya cooperation to enhance China's positive image in Kenya. In the area of foreign cultural relations, CGTN has emphasized narratives about film collaborations, cultural festivals, and tourism to highlight the strong China-Kenya ties. Overall, CGTN provides an alternative perspective on global issues and contributes to strengthening China-Kenya relations through public diplomacy.

Keywords: China, Public Diplomacy, CGTN, Kenya

***CHINA GLOBAL TELEVISION NETWORK (CGTN) SEBAGAI MEDIA
DIPLOMASI PUBLIK TIONGKOK DI KENYA TAHUN 2020 - 2024***

Oleh

YUDHA LEO FRANSISCO

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2025

Judul Skripsi

: **CHINA GLOBAL TELEVISION
NETWORK (CGTN) SEBAGAI
MEDIA DIPLOMASI PUBLIK
TIONGKOK DI KENYA TAHUN
2020-2024**

Nama Mahasiswa

: **Yudha Leo Fransisco**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1816071008**

Program Studi

: **Hubungan Internasional**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

Astiwi Inayah, S IP., M.A.
NIP. 19910502 202012 2 020

Nibras Fadhilillah, S.IP., M.Si.
NIP. 19931203 202203 1 010

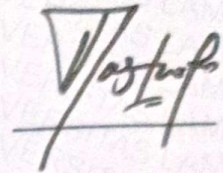
2. **Ketua Jurusan Hubungan Internasional**

Simon Sumanjoyo H. S.A.N., M.P.A.
NIP. 19810628 200501 1 003

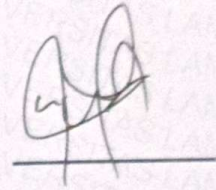
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

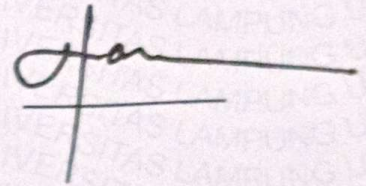
Ketua : **Astiwi Inayah, S.IP., M.A.**



Sekretaris : **Nibras Fadhlillah, S.IP., M.Si.**



Anggota : **Hasbi Sidik, S.IP., M.A**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si
NIP. 19760821 200003 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Maret 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandarlampung, 17 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



Yudha Leo Fransisco
NPM. 1816071008

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Yudha Leo Fransisco, dilahirkan di Pringsewu, Lampung pada hari Sabtu, 29 April 2000 yang merupakan anak terakhir dari pasangan Arson Komaruddin dan Samsiah. Penulis mulai menempuh pendidikan formal pada tahun 2005 di Taman Kanak-Kanak (TK) Taruna Jaya, Pringsewu. Pada tahun 2006, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD N 1 Sidoharjo Pringsewu selama 6 tahun yang diselesaikan pada tahun 2012 dan selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Pringsewu hingga selesai pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Pringsewu hingga 2018. Selama sekolah penulis aktif mengikuti kegiatan akademik dan non-akademik seperti jambore internasional *Jamboree on the Air and Jamboree on the Internet*.

Pada tahun 2018, penulis diterima sebagai mahasiswa program S1 Hubungan Internasional, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN. Selama kuliah penulis aktif mengikuti salah satu Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKM-F) yaitu Social Politic English Club (SPEC) dengan menjadi anggota dan sekretaris divisi Knowledge, Interest and Development (KID). Pada tahun 2021 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Hadimulyo Barat, Metro. Di tahun yang sama penulis juga mengikuti *Indonesia-Croatia Joint International Summerschool*. Pada tahun 2021 hingga 2022 atau selama 6 bulan penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di salah satu instansi pemerintah yaitu Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Lampung.

MOTTO

“Dan mereka merencanakan, dan Allah juga merencanakan. Dan Allah sebaik-baik Perencana.”

Ali Imran (3:54)

“I can do this all day”

Steve Rogers

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kepada Allah SWT atas karunia dan hidayah-Nya telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Kupersembahkan skripsi ini kepada:

Papa dan Mama

Tulisan ini kupersembahkan sebagai tanda terima kasih kepada kedua orang tuaku dan kewajibanku sebagai seorang anak.

Terima kasih telah mendukungku di setiap langkah, mengingatkanku, dan sabar menantikanku untuk bisa lulus sebagai sarjana Hubungan Internasional.

Kakak – kakakku

Tulisan ini sebagai tanda terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan kepada penulis hingga bisa menyelesaikan study ini.

SANWACANA

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat selesai. Skripsi yang berjudul *China Global Television Network (CGTN) sebagai Media Diplomasi Publik Tiongkok di Kenya Tahun 2020-2024* ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Bapak Simon Simanjoyo Hutagalung, S.A.N., M.P.A., selaku ketua jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung;
3. Abang Hasbi Sidik, S.IP., M.A., selaku sekretaris jurusan Hubungan Internasional serta selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama perkuliahan dan selaku Dosen Penguji Skripsi selama proses pengerjaan skripsi hingga selesai, terima kasih atas waktu, arahan, bimbingan, dan ilmu yang diberikan selama penulis menjadi mahasiswa jurusan Hubungan Internasional di Universitas Lampung;
4. Mba Astiwi Inayah, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah sabar meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta ilmu kepada penulis selama perkuliahan dan proses pengerjaan skripsi hingga selesai;
5. Mba Nibras Fadhlillah, S.IP., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta ilmu kepada penulis selama pengerjaan skripsi hingga selesai;

6. Seluruh dosen jurusan Hubungan Internasional yang telah memberikan waktu dan ilmu selama penulis menjadi mahasiswa Hubungan Internasional Universitas Lampung;
7. Seluruh staf jurusan Hubungan Internasional yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi;
8. Kedua orang tua, yang telah merawat dan membesarkan penulis hingga saat ini dan memberikan dukungan, doa dan motivasi untuk penulis menyelesaikan study di jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung;
9. Kakak-kakak penulis, Rosi Pitasari, Reni Ardiana, Beni Tri Andiska, Risa Kurnia Fitri, Denis Fernandes yang juga memberikan dukungan dan arahan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan study ini;
10. Bintang Patrecia Hutabarat, Giovanni Albertine Hutaaruk, Leonny Masrifa Fazri, M. Hanif Khairy Vidiantara, dan Tri Anggi Putri Wanti Sianipar yang telah banyak membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan study ini dan menjadi bagian dari cerita penulis selama perkuliahan;
11. M. Calakdo Islami, Miftahul Luthfiah, Ajeng Permani Galuhci, Ciko Satrio, Dhea Adinda, Imam Miswari, Khoirunnisa Indah Cahyani, Muhammad Alzier Putra Bastian, M. Ghazy Ramadhan Jauhari, Salsabila, Sekar Rachmawati, dan Aditya Kusuma yang telah banyak membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan study ini dan menjadi bagian dari cerita penulis selama perkuliahan;
12. Teman – teman HI angkatan 2018 yang telah membantu penulis selama perkuliahan hingga penulisan skripsi ini;
13. Indira Kirani Putri yang telah membantu dan menemani penulis selama proses perkuliahan hingga penulisan skripsi ini;
14. Riki Ependi yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini;
15. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini maupun dari awal perkuliahan;

16. Diri sendiri, thank you for not giving up when things got tough. Thank you for showing up, even on days when motivation was nowhere to be found. You did your best, and that's more than enough. I'm proud of you.

Bandar Lampung, 17 Maret 2025

Penulis

Yudha Leo Fransisco

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	2
DAFTAR SINGKATAN.....	3
I. PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Konseptual	17
2.2.1. Diplomasi Publik	17
2.3 Kerangka Pemikiran	21
III. METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Tipe Penelitian.....	23
3.2 Fokus Penelitian	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Analisis Data	26
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Diplomasi Publik Tiongkok di Kenya.....	27

4.1.1 Perkembangan Diplomasi Publik Tiongkok di Kenya	27
4.1.2 Implementasi Diplomasi Publik Tiongkok di Kenya	31
4.2 Diplomasi Publik Tiongkok di Kenya Melalui Media CGTN Tahun 2020 - 2024	48
4.2.1 <i>Propaganda</i>	48
4.2.2 <i>Nation Branding</i>	54
4.2.3 <i>Foreign Cultural Relations</i>	59
V. SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kontribusi Tiongkok dalam Pembangunan Infrastruktur di Kenya melalui CGTN.....	8
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3. Logo CGTN.....	32
Gambar 4. China Daily Africa Weekly.....	34
Gambar 5. Kunjungan Xinhua News Agency di Kenya News Agency Tahun 2023	38
Gambar 6. Logo China Radio Internasional	39
Gambar 7. Salah satu narasi negatif yang dibuat media barat kepada Tiongkok .	53

DAFTAR SINGKATAN

BRI	: <i>Belt and Road Initiative</i>
CIUoN	: <i>Confucius Institute at University of Nairobi</i>
CGTN	: <i>China Global Television Network</i>
CRI	: <i>China Radio International</i>
CMG	: <i>China Media Group</i>
FOCAC	: <i>Forum on China-Africa Cooperation</i>
ICT	: <i>Information and Communication Technology</i>
NGO	: <i>Non Governmental Organization</i>
SGR	: <i>Standard Gauge Railway</i>
TIK	: <i>Teknologi Informasi dan Komunikasi</i>

I. PENDAHULUAN

Penelitian ini akan membahas diplomasi publik yang dilakukan Tiongkok di Kenya melalui media berita CGTN (*China Global Television Network*) pada tahun 2020 sampai 2024. Pada bagian latar belakang peneliti akan mengeksplorasi tentang diplomatik Tiongkok, secara singkat juga akan mengeksplorasi media CGTN dan media sebagai diplomasi publik, dan posisi Kenya di Afrika khususnya di Afrika Timur. Pada bab ini juga peneliti akan memaparkan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi, diplomasi publik menjadi strategi penting bagi negara untuk membentuk citra dan pengaruh positif di tingkat internasional. Tiongkok, sebagai salah satu negara yang berkembang pesat, telah menggunakan diplomasi publik untuk memperkuat pengaruhnya, terutama di negara-negara berkembang. Pada tahun 1949 – 1970an, Tiongkok masih fokus pada hubungan diplomatik langsung dengan negara-negara tertentu yang dipandang strategis dalam mendukung posisi geopolitiknya (Eisenman & Heginbotham, 2018). Fokus utama dari diplomasi ini adalah menciptakan aliansi ideologis, terutama dengan negara-negara yang memiliki pandangan anti-imperialisme, serta negara-negara berkembang di Asia, Afrika, dan Amerika Latin. Tiongkok menjalin hubungan langsung dengan negara-negara ini melalui kunjungan tingkat tinggi dan perjanjian bantuan ekonomi dan militer yang membantu memperkuat posisinya di tengah ketegangan Perang Dingin (Eisenman & Heginbotham, 2018). Menurut Dr Yu Jie dalam esainya yang berjudul *From Deng to Xi: Economic Reform, The New Silk Road, and the Return of the Middle Kingdom*, pada tahap ini, Tiongkok tidak banyak terlibat

dalam diplomasi publik melalui media karena lingkupnya lebih terbatas pada hubungan pemerintah-ke-pemerintah (Jie, 2017). Ketika Tiongkok mulai membuka diri dan melakukan reformasi ekonomi di bawah kepemimpinan Deng Xiaoping, strategi diplomasi mulai melakukan perubahan. Meskipun diplomasi publik belum menjadi fokus utama, Tiongkok mulai membangun citra internasional yang lebih positif dengan mendorong kerjasama ekonomi. Dalam upaya ini, media massa lokal memainkan peran dalam memperkenalkan perubahan ekonomi di Tiongkok kepada dunia (Jie, 2017). Namun, diplomasi publik yang menggunakan media secara luas masih terbatas dan lebih bersifat informatif tentang pencapaian domestik dan stabilitas ekonomi untuk menarik perhatian para investor dan mitra dagang. Hal ini menunjukkan diplomasi melalui media sebagian besar digunakan untuk memperlihatkan kesuksesan kebijakan reformasi dan keterbukaan Tiongkok, serta bagaimana Tiongkok berupaya untuk menjadi kekuatan ekonomi yang besar di dunia internasional (Jie, 2017).

Berdasarkan laman *The Diplomat*, Tiongkok melakukan diplomasi publik dengan menggunakan berbagai platform, termasuk media internasional yang dimiliki pemerintah, seperti CGTN, serta memanfaatkan media sosial (Bhattacharya & Singh, 2024). Pemilihan China Global Television Network (CGTN) sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan yang peneliti lihat dari media – media lainnya. Dibandingkan dengan media Tiongkok lainnya seperti *China Daily*, *China Radio International* (CRI), dan *Xinhua News Agency*, CGTN memiliki karakteristik yang lebih sesuai untuk dianalisis dalam konteks komunikasi global. Sebagai jaringan televisi internasional berbasis audiovisual, CGTN menawarkan bentuk penyampaian pesan yang lebih efektif melalui kombinasi gambar, suara, dan narasi yang kuat. Selain itu, CGTN merupakan salah satu strategi diplomasi publik Tiongkok yang ditujukan untuk audiens luar negeri, dengan fokus pada penyampaian konten dalam bahasa Inggris dan berbagai bahasa lainnya (Bhattacharya & Singh, 2024). Keberadaan kantor biro CGTN Africa di Nairobi, Kenya, menjadi aspek penting dalam penelitian ini, karena menunjukkan komitmen Tiongkok dalam membangun hubungan komunikasi yang lebih langsung dan terlokalisasi

dengan masyarakat Afrika. CGTN juga memiliki ketersediaan data yang luas dan mudah diakses melalui berbagai platform digital seperti situs web, YouTube, dan media sosial, yang memudahkan proses pengumpulan dan analisis data dalam penelitian kualitatif. Dengan karakteristik-karakteristik tersebut, CGTN menjadi representasi yang relevan dalam melihat bagaimana media sebagai alat diplomasi publik Tiongkok di kawasan Afrika, khususnya Kenya. Tujuannya adalah untuk menghadapi persepsi negatif yang terkadang muncul di media internasional dan memperkenalkan perspektif Tiongkok terhadap isu-isu global (Nair, 2023). Ini juga bagian dari strategi *soft power* Tiongkok untuk membangun citra positif sebagai negara besar yang damai dan stabil, sekaligus memperkenalkan budaya, ekonomi, dan politik Tiongkok kepada audiens global (Li, 2009). Salah satu instrumen yang digunakan dalam diplomasi publik Tiongkok adalah media berita yang berfokus pada pemberitaan internasional, yaitu *China Global Television Network* (CGTN). Media ini tidak hanya sekadar platform pemberitaan, tetapi juga menjadi alat untuk menyampaikan pandangan Tiongkok mengenai isu global, yang sering kali berbeda dari perspektif negara-negara Barat (Repnikova, 2022).

China Global Television Network (CGTN) adalah salah satu media penyiaran internasional yang berperan penting dalam mendukung strategi diplomasi publik Tiongkok. Diluncurkan pada tahun 2016 sebagai *rebranding* dari CCTV International, CGTN bertujuan untuk meningkatkan pemahaman internasional tentang Tiongkok melalui narasi yang dirancang untuk menarik audiens global. Dengan cakupan penyiaran dalam berbagai bahasa, CGTN telah menjadi alat untuk mempromosikan sudut pandang Tiongkok di kancah internasional (Thussu, Burgh, & Shi, 2018). CGTN merupakan salah satu bagian dari *China Media Group* yang beroperasi di bawah pengawasan pemerintah Tiongkok, yang memiliki agenda yang sejalan dengan kebijakan luar negeri Tiongkok yaitu *Belt and Road Initiative* (BRI) (Sun, 2018). *Belt and Road Initiative* (BRI) adalah inisiatif global yang diluncurkan oleh Presiden Xi Jinping pada tahun 2013 untuk meningkatkan konektivitas dan kerja sama internasional melalui pengembangan infrastruktur dan jalur perdagangan

(Feingold, 2023). Proyek ini bertujuan menghubungkan beberapa wilayah melalui jalur darat dan laut, yang terdiri dari dua komponen utama:

1. *Silk Road Economic Belt*: Berfokus pada pembangunan jalur darat seperti jalan, rel kereta api, dan pipa energi di seluruh Eurasia untuk memperkuat perdagangan dan transportasi antarnegara.
2. *The 21st Century Maritime Silk Road*: Bertujuan membangun konektivitas laut melalui pelabuhan dan rute pelayaran (Feingold, 2023).

Kebijakan ini mencakup beberapa wilayah dan salah satunya adalah Afrika (Feingold, 2023). Hubungan Tiongkok dan Afrika telah berkembang pesat, terutama sejak diperkenalkannya kebijakan *Belt and Road Initiative* (BRI) oleh Presiden Xi Jinping pada 2013. Tiongkok adalah mitra strategis bagi kawasan Afrika dimana menurut *China Radio International*, hal ini disampaikan oleh Presiden Xi Jinping pada kunjungan perdananya di Afrika sebagai kepala negara Tiongkok (China Radio International, 2024). Afrika adalah kawasan dengan potensi besar dalam hal sumber daya alam, pasar ekonomi, dan pembangunan infrastruktur. Tiongkok telah menjadi mitra dagang terbesar Afrika selama lebih dari 15 tahun dan berinvestasi besar-besaran, termasuk lebih dari \$40 miliar dalam proyek-proyek infrastruktur, digitalisasi, dan energi di benua tersebut (China Radio International, 2024).

Salah satu negara di Afrika yang menjadi target diplomasi publik Tiongkok adalah Kenya. Kenya, sebagai salah satu pusat ekonomi di Afrika Timur, bisa menjadi mitra strategis Tiongkok dalam kerja sama ekonomi dan diplomasi, termasuk melalui media massa (World Bank, 2024). Salah satu instrumen utama diplomasi publik Tiongkok di Kenya adalah *China Global Television Network* (CGTN), platform berita global yang bertujuan menyampaikan narasi positif tentang Tiongkok dan memperkuat hubungan bilateral melalui penyebaran informasi yang strategis. Berdasarkan data dari *World Bank*, Kenya merupakan salah satu negara yang lebih stabil di Afrika dari segi politik dan ekonomi (World Bank, 2024).

Kenya berperan sebagai pusat ekonomi dan transportasi di Afrika Timur serta sebagian Afrika Tengah, dengan infrastruktur yang kuat mendukung

perdagangan dan konektivitas di wilayah tersebut. Salah satu contohnya, Pelabuhan Mombasa menjadi gerbang penting untuk negara-negara yang terkurung daratan seperti Uganda, Rwanda, dan Sudan Selatan, sementara sektor keuangan dan telekomunikasi Kenya termasuk yang paling maju di benua Afrika (Allianz, 2024).

Selama beberapa tahun terakhir, Kenya mencatat pertumbuhan ekonomi rata-rata 4,8% per tahun (2015–2019), lebih tinggi dari rata-rata Sub-Sahara Afrika sebesar 2,4%. Pada tahun 2023, pertumbuhan ekonomi mencapai 5,4%, didukung oleh sektor pertanian yang pulih setelah dua tahun kekeringan (World Bank, 2024). Tingkat kemiskinan di Kenya juga mengalami penurunan dari 35,8% pada tahun 2022 menjadi 34,7% pada tahun 2023 (World Bank, 2024).

CGTN, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik Kenya terhadap Tiongkok, khususnya dalam konteks kerja sama ekonomi dan budaya. Melalui siarannya, CGTN menyoroti berbagai kontribusi Tiongkok dalam pembangunan infrastruktur di Kenya, seperti pembangunan jalur kereta api *Standard Gauge Railway* (SGR) dan proyek-proyek lainnya (CGTN Africa, 2023).



Gambar 1. Kontribusi Tiongkok dalam Pembangunan Infrastruktur di Kenya melalui CGTN

Sumber: *China Global Television Network*

Dengan menonjolkan keberhasilan ini, CGTN membantu mempromosikan citra Tiongkok sebagai mitra pembangunan yang andal dan berorientasi pada masa depan (Ndegwa, 2019). Peran CGTN dalam diplomasi publik Tiongkok juga mencakup penyebaran budaya melalui program-program berbahasa lokal dan kolaborasi dengan media Kenya. CGTN Afrika, yang berbasis di Nairobi, secara aktif memproduksi konten yang relevan dengan audiens lokal, memperkuat hubungan antara kedua negara (CGTN, 2018). Hal ini sejalan dengan tujuan Forum Kerja Sama Tiongkok-Afrika (*Forum on China-Africa Cooperation* atau FOCAC) untuk mendorong kerja sama yang saling menguntungkan dalam berbagai sektor (FOCAC, 2004).

Penelitian ini penting karena akan melihat bagaimana CGTN sebagai alat diplomasi publik Tiongkok di Kenya dalam membangun opini publik dan citra yang positif. Fokus utama adalah periode 2020–2024, saat dunia menghadapi tantangan besar seperti pandemi COVID-19, di mana media menjadi sarana strategis dalam diplomasi internasional. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat mengidentifikasi sejauh mana strategi media Tiongkok mendukung diplomasi publiknya di Afrika, khususnya Kenya.

Secara keseluruhan, diplomasi publik melalui CGTN di Kenya adalah bagian dari upaya Tiongkok untuk memperkuat hubungan strategisnya, meningkatkan citra internasional, dan membangun narasi yang mendukung kehadirannya di negara ini. Diplomasi publik Tiongkok melalui media seperti CGTN (*China Global Television Network*) di negara Kenya ini merupakan isu yang penting bagi mahasiswa hubungan internasional. Isu ini penting untuk memahami bagaimana Tiongkok memanfaatkan media dalam memperluas pengaruh globalnya, terutama di kawasan strategis seperti Afrika khususnya Kenya. Melalui CGTN, Tiongkok memproyeksikan diri sebagai mitra pembangunan yang dapat diandalkan dan menggunakan pendekatan *soft power* untuk menarik simpati masyarakat lokal dan juga akan memberikan wawasan bagi peneliti tentang bagaimana sebuah negara membangun pengaruh melalui daya tarik budaya. Selain itu, kehadiran CGTN di kawasan Kenya juga memberikan peneliti contoh nyata bagaimana media asing memengaruhi persepsi publik di negara-negara berkembang, sekaligus menunjukkan persaingan antara Tiongkok dan Barat. Penelitian pada isu ini dapat

memberikan wawasan tentang peran media dalam membentuk identitas budaya, serta melihat bagaimana diplomasi publik berfungsi sebagai alat penyebaran budaya. Hal ini juga dapat memberikan peluang untuk memahami peran strategis media dalam diplomasi modern pada saat ini dan bagaimana negara-negara adidaya bersaing mempengaruhi opini publik di kawasan yang penting secara geopolitik..

1.2 Rumusan Masalah

Tiongkok dan Kenya memiliki hubungan diplomatik yang baik, dimana Tiongkok sebagai salah satu negara adidaya dan Kenya sebagai negara berkembang dengan perekonomian yang maju di Afrika khususnya Afrika Timur. Hubungan jangka panjang diperlukan agar hubungan kedua negara terus berjalan dan memberikan keuntungan kepada masing – masing negara. Diplomasi publik melalui media CGTN dilakukan Tiongkok dengan membangun pusat CGTN Afrika di Kota Nairobi, Kenya. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat lebih jauh upaya yang dilakukan Tiongkok melalui CGTN sebagai media diplomasi publiknya di Kenya pada tahun 2020 – 2024, dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut: **“Bagaimana diplomasi publik Tiongkok di Kenya melalui media CGTN pada Tahun 2020 - 2024?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan diplomasi publik Tiongkok di Kenya
2. Mendeskripsikan diplomasi publik Tiongkok di Kenya melalui media CGTN Tahun 2020-2024

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau studi bagi perkembangan ilmu Hubungan Internasional khususnya pada kajian media *China Global Television Network* (CGTN) sebagai diplomasi publik

Tiongkok di Kenya. Penelitian ini juga diharapkan hasil dari penelitian dapat melengkapi penelitian terkait yang telah dilakukan dan dapat memberikan pandangan baru mengenai diplomasi publik Tiongkok di Kenya menggunakan media *China Global Television Network* (CGTN).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas beberapa penelitian terdahulu, memaparkan landasan konseptual dan kerangka pemikiran untuk penelitian ini. Penelitian ini akan menggunakan konsep diplomasi publik menurut Jan Melissen beserta aspek di dalamnya; *propaganda*, *nation branding*, dan *foreign cultural relations*. Selanjutnya pada bagian ini akan peneliti paparkan kerangka pemikiran yang digunakan untuk alur berpikir yang akan diterapkan dalam penelitian ini melihat diplomasi publik yang dilakukan Tiongkok di Kenya pada periode tahun 2020 sampai 2024.

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 6 literatur yang digunakan sebagai penelitian terdahulu untuk membantu peneliti melakukan penelitian ini. Penelitian – penelitian terdahulu ini menambah referensi yang digunakan dalam penelitian ini dan juga memberikan pandangan lain terkait penelitian yang dilakukan karena memiliki keterkaitan antara penelitian ini dan penelitian – penelitian terdahulu. Penelitian yang pertama adalah penelitian yang berjudul “*Balancing Opportunities and Incentives: How Rising China’s Mediated Public Diplomacy Changes Under Crisis*” yang ditulis oleh Kentaro Nakamura pada tahun 2021 (Nakamura, 2022). Penelitian ini membahas bagaimana perubahan strategi diplomasi publik Tiongkok yang dilakukan oleh media dalam menghadapi krisis. Nakamura menyoroti bagaimana Tiongkok menyesuaikan pendekatannya dalam menyampaikan citra dan narasi positif ke dunia internasional, terutama di tengah krisis seperti pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini, Tiongkok memanfaatkan krisis sebagai peluang untuk memperkuat pengaruh globalnya. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa strategi

diplomasi Tiongkok beralih dari pendekatan defensif ke pendekatan yang lebih aktif dan proaktif dalam menangkal kritik global serta mempromosikan narasi positif tentang negara mereka. Nakamura juga menunjukkan adanya keseimbangan antara peluang untuk memperluas pengaruh negaranya dan insentif untuk mempertahankan citra yang stabil dan positif di mata dunia. Kesimpulannya, artikel ini menggambarkan bahwa krisis menjadi pendorong perubahan dalam diplomasi publik Tiongkok, di mana negara tersebut terus memperbaiki strategi komunikasi internasionalnya guna memaksimalkan keuntungan geopolitik dan mempertahankan kredibilitas global.

Penelitian kedua berasal dari jurnal yang berjudul “*Diplomasi Panda sebagai Diplomasi Publik Tiongkok terhadap Jepang*” ditulis oleh Aulian Surya Putri Darmawan, Christy Damayanti, dan Halifa Haqqi pada tahun 2021 (Darmawan, Damayanti, & Haqqi, 2021). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan teori diplomasi publik dan teori hubungan bilateral. Penulis dalam penelitian ini membahas strategi diplomasi publik yang dilakukan Tiongkok melalui "diplomasi panda" terhadap Jepang. Diplomasi panda adalah praktik pemberian atau peminjaman panda ke negara lain sebagai simbol persahabatan dan upaya membangun hubungan positif antarnegara. Dalam konteks ini, panda menjadi simbol kebudayaan Tiongkok yang berfungsi memperkuat hubungan diplomatik dan memperbaiki citra negara di mata publik internasional, khususnya Jepang. Penelitian ini memaparkan bagaimana Tiongkok menggunakan panda sebagai alat untuk meningkatkan soft power-nya dan membina hubungan yang lebih harmonis dengan Jepang, terutama dalam menghadapi ketegangan politik dan sejarah yang rumit antara kedua negara. Diplomasi panda yang dilakukan Tiongkok berhasil memberikan pandangan tentang pentingnya pelestarian fauna panda dengan terbentuknya PPIJ (*The Panda Protection Institute of Japan*). Melalui diplomasi panda, Tiongkok berusaha menggalang simpati dan meningkatkan persepsi publik Jepang terhadap Tiongkok, memperkuat kerja sama bilateral, dan membuka peluang diplomasi yang lebih luas.

Kemudian yang ketiga, penelitian berjudul “*China’s Wolf Warrior Diplomacy on Social Media in The Era of Covid-19*” pada tahun 2021 yang

ditulis oleh Wiwiek Rukmi D. A, Raden Maisa Y, dan Garcia Krisnando Nathanael (Astuti, Yudono, & Nathanael, 2021). Penelitian ini memaparkan tentang upaya Tiongkok dalam melakukan diplomasi publik melalui media sosial untuk membentuk citra dan opini publik yang dilakukan oleh para diplomatnya. Penulis di sini membahas bagaimana fenomena diplomasi "*Wolf Warrior*" Tiongkok di media sosial selama pandemi Covid-19. Diplomasi ini merujuk pada pendekatan yang lebih agresif yang dilakukan oleh diplomat Tiongkok dalam menghadapi kritik internasional, terutama terkait asal-usul Covid-19 dan kebijakan dalam negeri Tiongkok. Dalam penelitian ini, para penulis menganalisis bagaimana diplomat Tiongkok menggunakan media sosial untuk mempengaruhi opini publik global, mempertahankan citra positif negara, serta menanggapi kritik dari negara lain dengan respons yang kuat dan terkadang provokatif. Penelitian ini mengamati pergeseran strategi komunikasi diplomatik Tiongkok menuju pendekatan yang lebih langsung dan ofensif, yang bertujuan untuk memperkuat pengaruh politik dan persepsi internasional terhadap Tiongkok. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi "*Wolf Warrior*" di media sosial efektif dalam meningkatkan dukungan domestik di Tiongkok.

Penelitian keempat adalah penelitian tahun 2021 yang berjudul "*China's Public Diplomacy Operations: Understanding Engagement and Inauthentic Amplification of PRC Diplomats on Facebook and Twitter*" yang ditulis oleh Marcel Schliebs, Hannah Bailey, Jonathan Bright, dan Philip N. Howard (Schliebs, Bailey, Bright, & Howard, 2021). Penelitian ini menganalisis bagaimana diplomasi publik yang dilakukan oleh diplomat Tiongkok di media sosial, khususnya di Facebook dan Twitter, mempengaruhi persepsi publik. Penelitian ini berfokus pada aktivitas akun-akun diplomatik yang berafiliasi dengan pemerintah Tiongkok, termasuk melihat ke-autentik-an dan amplifikasi yang dianggap tidak asli atau dimanipulasi. Dalam penelitian ini, para penulis menemukan bahwa diplomat Tiongkok menggunakan strategi komunikasi yang agresif untuk menyebarkan pandangan Tiongkok ke audiens global, terutama pada isu-isu sensitif seperti kebijakan dalam negeri Tiongkok dan respons terhadap kritik internasional. Mereka juga menemukan adanya aktivitas

amplifikasi melalui akun-akun yang dicurigai terlibat dalam perilaku tidak autentik untuk memperbesar jangkauan pesan-pesan tertentu. Dalam penelitian ini juga menyatakan bahwa tindakan seperti ini dapat menjadi bagian dari pelaksanaan diplomasi publik yang direncanakan, yang bertujuan untuk memperkuat narasi negara Tiongkok dan membentuk opini publik internasional. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai taktik dan dampak diplomasi digital Tiongkok serta tantangan yang dihadapi platform media sosial dalam menghadapi manipulasi informasi oleh aktor negara.

Selanjutnya, penelitian kelima adalah penelitian yang ditulis oleh Nina Widyaswasti Aisha yang berjudul *“Diplomasi Publik China dalam Memperbaiki Citra di Masa Pandemi Virus Covid-19”* pada tahun 2023 (Aisha, 2023). Penelitian yang menggunakan teori diplomasi publik dan narasi strategis ini membahas upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Tiongkok untuk memperbaiki citranya di tengah pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa Tiongkok mengalami penurunan citra di dunia internasional akibat anggapan bahwa virus tersebut berasal dari negara itu dan terkait respons awal yang dinilai lamban dalam menangani penyebaran Covid-19. Untuk memperbaiki citra tersebut, Tiongkok mengimplementasikan strategi diplomasi publik yang mencakup beberapa pendekatan utama bantuan kemanusiaan dan medis. Dalam hal ini Tiongkok memberikan bantuan medis, seperti masker, alat pelindung diri, dan vaksin ke berbagai negara sebagai bentuk solidaritas. Bantuan ini bertujuan untuk menunjukkan komitmen Tiongkok dalam mendukung upaya global melawan pandemi. Tiongkok juga melakukan narasi positif melalui media seperti menggunakan media lokal dan internasional untuk menyebarkan narasi positif mengenai upayanya dalam penanganan Covid-19. Media-media yang didukung pemerintah Tiongkok secara aktif mempromosikan tindakan dan keberhasilan Tiongkok dalam mengendalikan pandemi, dengan tujuan membangun persepsi yang lebih baik di ranah internasional. Pendekatan lain yang dilakukan Tiongkok adalah dengan penggunaan diplomasi digital yaitu dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk menyebarluaskan informasi terkait bantuan dan peran positifnya dalam pandemi. Upaya ini termasuk menyampaikan pesan melalui

akun media sosial resmi pejabat pemerintah dan duta besar Tiongkok di berbagai negara. Tak hanya itu, Tiongkok juga melakukan diplomasi kesehatan dan vaksinasi seperti meluncurkan program *vaccine diplomacy*, yang bertujuan untuk menyediakan vaksin bagi negara-negara yang membutuhkan, terutama di kawasan Asia, Afrika, dan Amerika Latin. Program ini memperkuat hubungan bilateral Tiongkok dengan negara-negara penerima bantuan vaksin. Melalui pendekatan-pendekatan ini, Tiongkok berusaha membangun citra sebagai negara yang bertanggung jawab, mendukung solidaritas global, dan proaktif dalam menghadapi krisis kesehatan. Penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi publik Tiongkok selama pandemi bertujuan untuk memperbaiki persepsi publik global serta meningkatkan pengaruh geopolitiknya.

Penelitian keenam adalah penelitian yang ditulis oleh Era Kartikasari dan Tundjung Linggarwati pada tahun 2022 berjudul “*Penggunaan Twitter dalam Diplomasi Digital China di Masa Pandemi Covid-19 (The Use of Twitter in China’s Digital Diplomacy during The Covid-19 Pandemic)*” (Kartikasari & Linggarwati, 2022). Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif ini mengkaji bagaimana Tiongkok menggunakan platform Twitter sebagai alat diplomasi digital selama pandemi Covid-19. Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan Tiongkok untuk mempromosikan narasi positif mengenai respons mereka terhadap pandemi, membangun citra yang kuat sebagai negara yang berhasil mengendalikan virus, dan menawarkan bantuan internasional. Melalui pendekatan analisis ini pada akun Twitter resmi diplomat dan kedutaan besar Tiongkok, penelitian ini mengungkapkan bahwa Tiongkok secara aktif menyebarkan pesan-pesan diplomatik yang menekankan solidaritas global, bantuan medis, serta menyoroti keberhasilan kebijakan dalam negeri dalam menanggulangi Covid-19. Penelitian ini juga menyoroti upaya Tiongkok untuk mengimbangi kritik internasional yang mempertanyakan transparansi dan akuntabilitasnya terkait asal-usul virus dan respons awal mereka terhadap wabah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Twitter menjadi alat penting dalam diplomasi publik Tiongkok untuk memperkuat pengaruhnya di ranah internasional selama

pandemi meskipun sebagai negara dengan kekuatan besar, akan selalu dibenci oleh beberapa negara.

2.2 Landasan Konseptual

2.2.1. Diplomasi Publik

Diplomasi publik adalah bidang studi dan praktik yang semakin relevan dalam hubungan internasional, terutama dalam konteks globalisasi dan kemajuan teknologi komunikasi. Menurut Joseph Nye, seorang ahli teori dalam bidang hubungan internasional, mendefinisikan diplomasi publik sebagai "upaya suatu negara untuk memengaruhi opini publik internasional demi mencapai tujuan kebijakan luar negerinya". Menurut Nye, diplomasi publik merupakan bagian dari *soft power*, di mana negara menggunakan daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan luar negerinya untuk mendapatkan dukungan tanpa paksaan militer maupun ekonomi. Dalam konsep ini, diplomasi publik melibatkan komunikasi dan interaksi yang bertujuan menciptakan pandangan positif serta membangun citra yang baik terhadap negara tersebut (Nye, 2004).

Menurut Nicholas J. Cull, seorang akademisi dalam bidang diplomasi, menyatakan bahwa diplomasi publik adalah "proses komunikasi internasional yang digunakan oleh negara untuk membentuk opini publik di luar negeri". Cull membagi diplomasi publik menjadi lima elemen utama seperti mendengarkan (*listening*), advokasi (*advocacy*), diplomasi budaya (*cultural diplomacy*), pertukaran (*exchange*), dan kegiatan penyebaran informasi. Menurut Cull, diplomasi publik akan efektif jika mampu membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat asing dan bukan sekadar kampanye komunikasi yang bersifat sementara (Cull, 2009).

Selanjutnya menurut Bruce Gregory, seorang pakar dalam bidang diplomasi dan komunikasi, mendefinisikan diplomasi publik sebagai "penggunaan komunikasi oleh negara dan aktor non-negara untuk memengaruhi sikap, opini, dan tindakan masyarakat asing dalam mendukung kebijakan dan tujuan nasional". Gregory menekankan bahwa

diplomasi publik tidak hanya dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga melibatkan organisasi non-pemerintah, media, dan individu yang mempengaruhi persepsi publik internasional. Diplomasi publik menurut Gregory bersifat inklusif dan bekerja melalui kolaborasi antar-aktor untuk mencapai tujuan diplomasi yang diinginkan (Gregory, 2011).

Sedangkan menurut Jan Melissen, dalam bukunya *"The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations"* (Melissen, 2005), mengajukan pandangan yang mendalam tentang peran diplomasi publik sebagai alat bagi negara-negara untuk membangun citra, memperkuat pengaruh, dan membina hubungan baik dengan publik internasional, bukan hanya dengan pemerintah negara lain. Menurut Melissen, diplomasi publik merupakan upaya negara untuk berinteraksi langsung dengan warga negara lain melalui penggunaan *soft power*, yakni kekuatan persuasif yang berasal dari daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan yang diterapkan oleh negara tersebut. Melissen menilai bahwa diplomasi publik melibatkan aspek yang lebih holistik dari sekadar *soft power*. Ia menganggap diplomasi publik sebagai sarana untuk memahami budaya dan norma-norma masyarakat yang ditargetkan. Konsep ini relevan dengan pendekatan Tiongkok melalui CGTN yang tidak hanya berupaya menyampaikan berita tetapi juga menampilkan citra Tiongkok sebagai mitra yang memahami dan menghargai budaya lokal di Afrika. Tujuan utama diplomasi publik adalah untuk mempengaruhi persepsi publik internasional demi mendukung kebijakan luar negeri negara yang bersangkutan. Dalam bukunya ada 3 hal yang menjadi aspek penting sebuah negara dalam melakukan diplomasi publik yaitu *Propaganda*, *Nation Branding*, dan *Foreign Cultural Relations* (Melissen, 2005).

Propaganda dalam konteks diplomasi publik tradisional sering kali diasosiasikan dengan komunikasi satu arah yang bertujuan memengaruhi opini publik di negara lain. Propaganda cenderung memiliki konotasi negatif karena sering dianggap manipulatif dan menggunakan informasi yang bias atau bahkan menyesatkan. Propaganda dipandang sebagai pendekatan diplomasi publik lama yang mulai ditinggalkan, karena

efektivitasnya menurun dalam masyarakat yang semakin terhubung dan kritis. Melissen menekankan perlunya pendekatan yang lebih dialogis dan transparan. Propaganda dalam diplomasi publik ini memiliki beberapa karakteristik seperti fokus pada menyampaikan pesan yang menguntungkan pihak pengirim, minim keterlibatan langsung dengan audiens, dan bertujuan untuk mengendalikan narasi tertentu demi kepentingan politik atau ideologi (Melissen, 2005).

Selanjutnya adalah *Nation branding*, yaitu upaya sebuah negara untuk membentuk citra positif di mata dunia internasional, mirip dengan strategi pemasaran yang digunakan dalam dunia bisnis. Ini melibatkan pembangunan identitas nasional yang menarik untuk mendukung tujuan ekonomi, politik, dan budaya. *Nation branding* adalah komponen penting dalam diplomasi publik modern. Melissen menyoroti bagaimana *nation branding* membantu negara kecil dan besar untuk tetap relevan di dunia global dengan cara yang lebih inklusif dan strategis dibandingkan propaganda. *Nation Branding* dalam diplomasi publik memiliki karakteristik yang dapat dilihat seperti menggunakan elemen budaya, sejarah, dan kebijakan untuk menciptakan daya tarik global, melibatkan kampanye komunikasi yang dirancang dengan hati-hati, seperti slogan, logo, atau acara internasional, dan juga biasanya berfokus pada membangun reputasi jangka panjang (Melissen, 2005).

Foreign cultural relations merujuk pada hubungan antarbangsa yang dibangun melalui pertukaran budaya, seperti seni, pendidikan, dan tradisi. Ini adalah pendekatan diplomasi publik yang lebih halus dan berorientasi pada jangka panjang. *Foreign cultural relations* adalah cara yang sangat efektif untuk menciptakan hubungan yang mendalam dan tahan lama dengan audiens global. Melissen melihatnya sebagai bentuk "*soft power*" yang lebih berkelanjutan dibanding propaganda. Karakteristik *Foreign cultural relations* bisa dilihat jika mendorong hubungan timbal balik dan dialog antara masyarakat, berfokus pada peningkatan pemahaman dan kepercayaan antarbangsa melalui nilai-nilai budaya, dan menghindari komunikasi langsung tentang kebijakan politik; lebih pada menciptakan

simpati dan rasa hormat terhadap budaya suatu negara (Melissen, 2005).

Menurut Jan Melissen, transformasi diplomasi publik modern menunjukkan pergeseran dari pendekatan tradisional seperti propaganda menuju strategi yang lebih dialogis dan partisipatif, seperti nation branding dan foreign cultural relations. Ketiga variabel ini memiliki peran unik dalam membentuk persepsi internasional, tetapi efektivitasnya sangat bergantung pada konteks dan pelaksanaannya (Melissen, 2005).

Jan Melissen, melalui bukunya *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, menekankan bahwa diplomasi publik telah berkembang menjadi instrumen yang penting dalam hubungan internasional modern. Diplomasi publik yang efektif tidak hanya bergantung pada kekuatan pesan yang disampaikan, tetapi juga pada kemampuan negara untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi, merangkul aktor non-negara, dan membangun hubungan yang lebih interaktif dengan publik internasional. Dalam dunia yang semakin terhubung, diplomasi publik memungkinkan negara-negara memanfaatkan *soft power* untuk memperkuat pengaruh mereka tanpa menggunakan paksaan, serta membentuk narasi global yang dapat mendukung kepentingan nasional mereka (Melissen, 2005).

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan 3 variabel diplomasi publik menurut Jan Melissen untuk melihat upaya yang dilakukan Tiongkok dalam melakukan diplomasi publik melalui CGTN di Kenya. Propaganda dalam diplomasi publik mengacu pada penyebaran informasi yang seringkali terfokus untuk membangun persepsi tertentu terhadap suatu negara. CGTN, sebagai media milik negara, memainkan peran strategis dalam menyampaikan narasi pemerintah Tiongkok ke audiens global, termasuk di Kenya. CGTN berupaya meminimalkan kritik terhadap Tiongkok, seperti isu utang atau dominasi ekonomi, dengan menyajikan konten yang mengedepankan kolaborasi dan pembangunan bersama.

Pada *Nation branding*, bertujuan membentuk citra positif suatu negara di mata dunia. CGTN berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan nilai-nilai budaya, politik, dan ekonomi Tiongkok di Kenya. CGTN

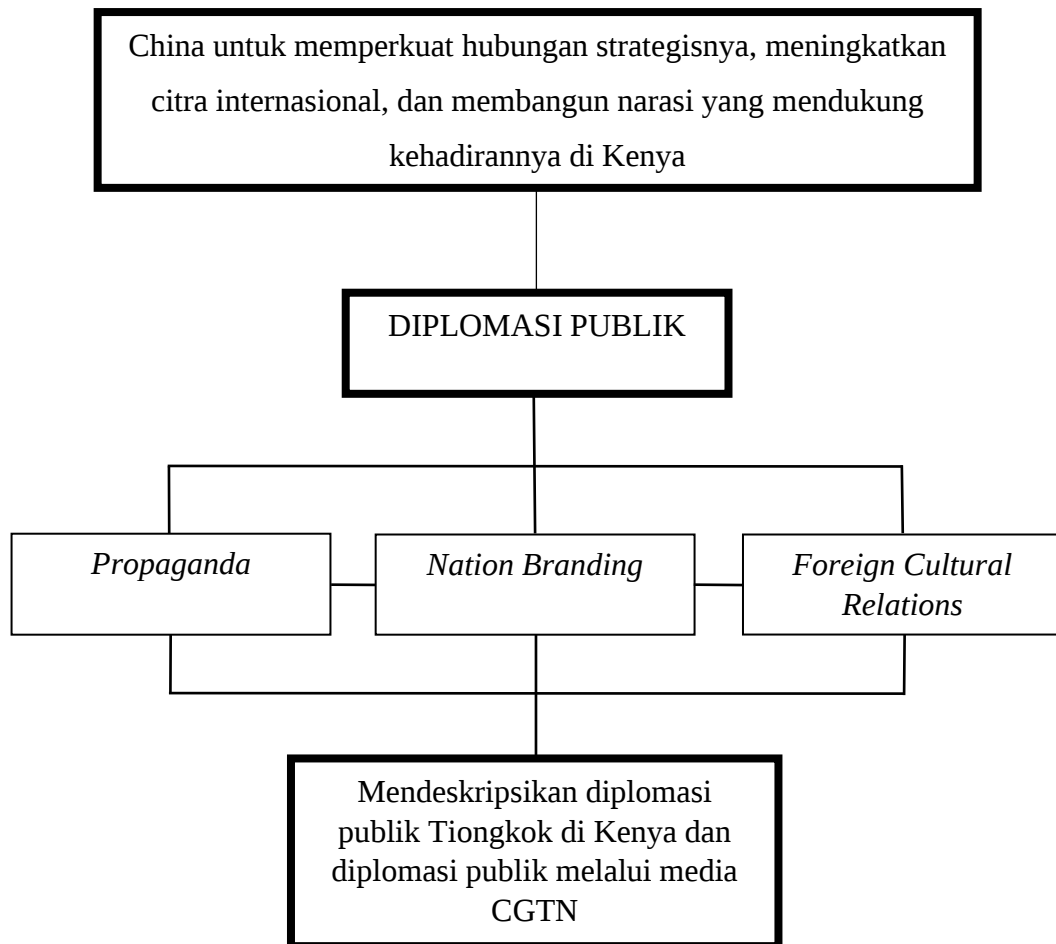
menampilkan Tiongkok sebagai mitra yang andal dalam pembangunan infrastruktur, teknologi, dan pendidikan di Kenya, sehingga memperkuat citra sebagai negara yang mendukung kemajuan Afrika.

Sedangkan pada variabel *Foreign cultural relations*, melibatkan interaksi budaya dan pertukaran yang memperkuat hubungan antarnegara. CGTN memanfaatkan pendekatan ini dengan menyajikan program-program yang menyoroti budaya Afrika dan Tiongkok, sehingga menciptakan hubungan budaya yang lebih erat antara kedua pihak. Analisis mendalam terhadap ketiga variabel ini akan dapat membantu menjelaskan bagaimana CGTN menjadi alat efektif bagi Tiongkok untuk mencapai tujuan diplomasi publiknya di Kenya.

Sehingga di penelitian ini media merupakan sarana dalam pengimplementasian diplomasi publik suatu negara. Tiongkok menggunakan media berita CGTN sebagai sarana diplomasi publiknya di Kenya. Pada tahun 2006, CGTN yang saat itu masih bernama CCTV (*China Central Television*) ditetapkan sebagai strategi diplomasi publik Tiongkok di Afrika pada pertemuan FOCAC 2006 (Szcudlik-Tatar, 2010). Dengan melakukan strategi ini, Tiongkok memperluas aktivitasnya di benua Afrika tersebut khususnya di Kenya.

2.3 Kerangka Pemikiran

Peneliti akan menjelaskan bagaimana konsep dalam penelitian ini agar lebih terstruktur dan mudah dipahami oleh pembaca. Dalam hal ini peneliti akan melakukan penelitian menggunakan konsep diplomasi publik untuk mengidentifikasi upaya Tiongkok dalam melakukan pembentukan citra dan opini publik yang positif di kawasan Afrika menggunakan media *China Global Television Network* (CGTN).



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah oleh peneliti

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan metodologi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini. Pada bagian ini terbagi menjadi lima bagian; tipe penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Tipe penelitian yang peneliti gunakan adalah tipe penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Pada penelitian ini berfokus dalam melihat upaya media *China Global Television Network* yang dilakukan Tiongkok di Kenya sebagai bentuk diplomasi publik dari tahun 2020 sampai tahun 2024. Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti merupakan jenis data sekunder dengan sumber berbeda-beda. Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan teknik studi pustaka dan dianalisis untuk menjadikannya hasil akhir penelitian.

3.1 Tipe Penelitian

Metodologi penelitian adalah langkah – langkah atau proses yang akan dilakukan semua orang ketika akan melakukan sebuah penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Proses yang panjang pada penelitian ini membutuhkan prosedur untuk membantu peneliti melakukan penelitiannya. Pada penelitian yang peneliti lakukan ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki sifat induktif dalam analisis data di dalamnya dengan lebih mementingkan proses penelitian daripada hasil akhir penelitian. Penelitian kualitatif ini juga bersifat deskriptif namun dengan membatasi studi penelitiannya dengan fokus tertentu (Moloeng, 2001).

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif karena rumusan masalah yang peneliti gunakan menuntut peneliti untuk menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu peneliti ingin mengetahui bagaimana diplomasi publik yang dilakukan Tiongkok terhadap Kenya dengan menggunakan media berita CGTN sehingga di sini peneliti tidak akan mencoba mengukur variabel.

Pendekatan kualitatif dipilih juga karena peneliti mencoba memahami fenomena dengan mendeskripsikannya dalam bentuk bahasa dan kata – kata. Pendekatan kualitatif di sini juga tidak berusaha menggunakan proses analisis statistik atau proses pada pendekatan kuantitatif lainnya (Moloeng, 2001). Menurut Prof. Dr. Sugiyono, jenis penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk berusaha mendeskripsikan secara jelas atau sistematis mengenai fenomena dan fakta – fakta pada objek penelitian yang peneliti lakukan (Sugiyono, 2011). Pada penelitian ini peneliti menjelaskan gambaran diplomasi publik yang diterapkan Tiongkok dan menginterpretasikan kegiatan diplomasi publik Tiongkok melalui media berita CGTN di Kenya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka pada penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang didapat dari aktor yang peneliti amati (Moloeng, 2001).

3.2 Fokus Penelitian

Sebuah fokus pada penelitian diperlukan agar selama proses penelitian berlangsung, arah penelitian tersebut tidak meluas hingga keluar dari konteks yang ingin dibahas. Dengan membuat fokus penelitian, peneliti sama saja dapat memiliki batasan pada penelitian untuk mempermudah proses penelitian yang dilakukan. Dengan batasan pada penelitian, peneliti dapat mencari dan memperoleh data yang diteliti menjadi terarah pada fokus penelitian dan membantu juga kepada para pembaca dalam memahami penelitian ini.

Fokus pada penelitian ini adalah pada upaya media *China Global Television Network* (CGTN) yang dilakukan Tiongkok di Kenya sebagai bentuk diplomasi publik. Upaya Tiongkok ini bertujuan untuk menciptakan hubungan jangka panjang di Afrika sehingga peningkatan kerja sama di berbagai bidang dapat berjalan. Penelitian ini berfokus pada periode 5 tahun belakang atau tahun 2020 sampai tahun 2024. Periode tersebut dipilih sebagai pembaruan pada penelitian ini dan juga periode saat penelitian ini ditulis. Peneliti melihat upaya yang dilakukan Tiongkok ini melalui tiga variabel diplomasi publik menurut Jan Melissen yaitu, *propaganda*, *nation branding*, dan *foreign cultural relations* (Melissen, 2005). Dimana pada *Propaganda* peneliti melihat CGTN yang

menonjolkan narasi pro Tiongkok. Pada *Nation branding* peneliti melihat CGTN dalam memperkuat citra Tiongkok sebagai mitra strategis Kenya. Sedangkan pada *Foreign cultural relations* peneliti melihat CGTN sebagai media yang membangun hubungan budaya melalui konten yang mendukung interaksi antar bangsa.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis data sekunder dengan sumber yang berbeda – beda. Hal ini dipilih karena peneliti tidak melihat fenomena yang terjadi secara langsung, namun dengan menggumpulkan dan menggunakan data yang sudah tersedia lalu peneliti analisis dengan menggunakan konsep yang dipilih. Data sekunder di sini peneliti dapatkan atau bersumber dari buku, jurnal ilmiah, dan situs web resmi seperti *China Global Television Network* (CGTN), *China Daily*, *China Internet Information Center*, *China Radio International*, *Conficius Institute*, *Forum on China-Africa Cooperation* (FOCAC), *Huawei*, *Ministry of Foreign and Diaspora Affairs of Republic of Kenya*, *Ministry of Foreign Affairs of The People Republic of China*, *World Bank*, *Xinhua News Agency*, dan *Xinhuanet*. Peneliti di sini mencoba untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan upaya *China Global Television Network* (CGTN) sebagai bentuk diplomasi publik Tiongkok di Afrika.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sebuah penelitian memerlukan teknik pengumpulan data untuk mengetahui atau cara yang dilakukan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan topik penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data secara teknik studi pustaka. Teknik studi pustaka ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, situs web resmi, dan media berita yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah yang dilakukan pada penelitian untuk menjelaskan dan mendeskripsikan semua temuan data pada sumber – sumber yang ada. Setelah melakukan teknik pengambilan data oleh peneliti, data – data tersebut akan dianalisis menggunakan teknik analisis data menurut Huberman dan Miles (Miles & Huberman, 2014), sebagai berikut:

1) Kondensasi Data

Pada proses ini data melalui proses pemilahan dan dikategorikan dengan masalah penelitian. Pilihan data yang sudah sesuai dengan tujuan penelitian ini selanjutnya dideskripsikan dalam bentuk kalimat – kalimat mengenai topik penelitian. Pada bagian ini peneliti melakukan proses pemilihan data pada situs web resmi CGTN berdasarkan tahun yang dibutuhkan yaitu pada tahun 2020 sampai 2024 dan konten yang sesuai dengan aspek diplomasi publik menurut Jan Melissen yaitu *Propaganda*, *Nation Branding*, dan *Foreign Cultural Relations*.

2) Penyajian Data

Data yang sudah direduksi dan diteliti, disajikan kembali dalam bentuk narasi yang menggambarkan permasalahan penelitian. Pada bagian ini peneliti menarasikan kembali konten CGTN yang peneliti dapatkan sesuai dengan kebutuhan penelitian pada konten CGTN tersebut.

3) Penarikan Kesimpulan

Data yang sudah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi, selanjutnya peneliti melakukan penarikan kesimpulan pada deskripsi atas data – data tersebut. Setelah mereduksi konten CGTN dan menarasikannya kembali, pada bagian selanjutnya peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan menyesuaikannya dengan 3 aspek diplomasi publik Jan Melissen yaitu *Propaganda*, *Nation Branding*, dan *Foreign Cultural Relations*.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan rangkuman penelitian secara menyeluruh dan memberikan hasil serta kesimpulan dari penelitian berdasarkan proses pemaparan dan analisis data yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya. Pada bagian ini juga peneliti akan memberikan saran yang peneliti tulis berdasarkan hasil penelitian.

5.1 Simpulan

Diplomasi publik telah lama digunakan oleh Tiongkok untuk melakukan hubungan diplomatik dengan negara-negara lain. Peneliti menemukan bahwa hubungan diplomatik Tiongkok dan Kenya melalui diplomasi publik telah mengalami dinamika dan perkembangan setiap dekadanya. Sejak awal negara Kenya merdeka pada tahun 1963, Tiongkok menjadi salah satu negara pertama yang mengakui kemerdekaan Kenya. Hubungan diplomatik Tiongkok dan Kenya terus berkembang sejak saat itu sampai sekarang. Diplomasi publik kedua negara terjalin melalui berbagai aspek seperti media dan komunikasi yang dilakukan dengan CGTN, pertukaran budaya dan pertukaran pelajar seperti *Confucius Institute* dan festival budaya. Tak hanya itu, Tiongkok dan Kenya juga melakukan kerja sama dalam pembangunan, kerja sama teknologi, hingga diplomasi kesehatan selama pandemi COVID-19.

Dalam hubungan diplomatik Tiongkok dan Kenya, melalui media dan komunikasi, yaitu *China Global Television Network* atau CGTN, peneliti menemukan bahwa Pemerintah Tiongkok melakukan diplomasi publiknya di Kenya dengan berbagai unsur di dalamnya. Peneliti menemukan bahwa Pemerintah Tiongkok melakukan *propaganda*, *nation branding*, dan *foreign*

cultural relations melalui konten-konten artikel CGTN selama periode tahun 2020 - 2024. Pada unsur *propaganda*, peneliti menemukan lima artikel berita dalam rentang waktu tahun 2020 sampai tahun 2024. Artikel-artikel itu berjudul “*U.S. anti-China smear campaigns in Africa must be called out*”, “*China, Kenya to futher synergize development strategies, deepen cooperation: Chinese FM*”, “*China, Kenya pledge closer cooperation during Wang Yi’s visit*”, “*China, Kenya agree to deepen Belt and Road cooperation*”, dan “*Kenya, China sign deal to enhance cooperation in renewable energy*”. Peneliti melihat bagaimana Tiongkok berusaha menonjolkan narasi-narasi yang pro Tiongkok dalam pemberitaan CGTN mereka. Artikel-artikel yang peneliti temukan menunjukkan bagaimana kerja sama Tiongkok dan Kenya tanpa menyoroti perihai dampak lingkungan atau masalah utang.

Dalam unsur *nation branding*, peneliti menemukan lima artikel lain yang sesuai pada tahun 2020 sampai 2024. Artikel-artikel itu berjudul “*Kenya to co-produce films with China to boost creative sector*”, “*Chinese enterprises at center of Kenya’s transformation, pandemic response: report*”, “*Chinese-built Mombasa-Nairobi railway powers East Africa’s development*”, “*China injects fresh momentum into Africa’s infrastructure boom*”, dan “*The Kenya-China Economic and Trade Association Launches the 2022-2023 Social Responsibility Report*”. Peneliti menemukan bahwa artikel-artikel pemberitaan Tiongkok melalui CGTN menunjukkan narasi yang memperkuat citra Tiongkok sebagai mitra yang strategis bagi Kenya. Tiongkok berusaha menunjukan artikel dengan narasi yang mengarah pada hal-hal seperti pembangunan infrastruktur atau kesejahteraan masyarakat Kenya. Sehingga CGTN menonjolkan Tiongkok sebagai mitra yang peduli dan dapat diandalkan bagi negara Kenya.

Sedangkan pada unsur *foreign cultural relations*, dalam rentang tahun 2020 sampai 2024 peneliti menemukan lima artikel berita yang sesuai. Artikel-artikel itu berjudul “*Kenya shows why China is Crucial for COVID-19 vaccination in Africa*”, “*CMG and Africa media partners pledge to deepen collaboration*”, “*CMG hold cooperation seminar with African media partners in Nairobi*”, “*Kenya looks China to boost tourism sector recovery*”, dan “*Xi replies to letter*”.

from representatives of Kenyan students, alumni at Beijing Jiaotong University”. Peneliti menemukan bahwa Tiongkok melakukan diplomasi publiknya melalui CGTN dengan narasi yang menunjukkan kerja sama budaya Tiongkok dan Kenya seperti pelaksanaan festival budaya, pariwisata hingga perfilman. Artikel-artikel yang peneliti temukan menunjukkan bahwa Pemerintah Tiongkok berusaha menunjukkan citra positif kepada negara Kenya.

5.2 Saran

Penelitian ini membahas tentang bagaimana Pemerintah Tiongkok dalam melakukan diplomasi publiknya di Kenya melalui CGTN. Peneliti menggunakan konsep diplomasi publik menurut Jan Melissen. Berdasarkan hasil yang peneliti temukan, peneliti berharap kepada penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih dalam atau spesifik dengan konsep dan teori yang berbeda. Penelitian selanjutnya juga disarankan dapat melakukan penelitian dengan melihat hubungan diplomatik Tiongkok tidak hanya dari CGTN tapi melalui media lain seperti *China Daily*, *Xinhua News Agency*, atau *China Radio Internasional*. Sehingga dapat melihat lebih dalam bagaimana Pemerintah Tiongkok berusaha memperlihatkan citra positif negara mereka melalui media dan komunikasi di negara-negara lain.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Agsmy, A. A., & Beru S, Q. F. (2022). Pandemi COVID-19 dan Diplomasi Medis Tiongkok: Manifestasi Nilai kemanusiaan atau Kepentingan Politik. *Jurnal Hubungan Internasional*(01).
- Aisha, N. W. (2023). Diplomasi Publik China dalam Memperbaiki Citra di Massa Pandemi Virus Covid-19. *Jurnal Alternatif*, 14(02).
- Allianz. (2024). *Country Risk Report Kenya*. Retrieved from Allianz: https://www.allianz.com/en/economic_research/country-and-sector-risk/country-risk/kenya.html
- Astuti, W. R., Yudono, R. M., & Nathanael, G. K. (2021). China's Wolf Warrior Diplomacy on Social Media in The Era of Covid-19. *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 04(02).
- Bhattacharya, S., & Singh, Y. (2024). *China's Battle for Narratives in Africa*. Retrieved from The Diplomat: <https://thediplomat.com/2024/10/chinas-battle-for-narratives-in-africa/>
- Biegon, E. (2025). *Chinese Embassy, Xinhua host photography exhibition in Nairobi showcasing milestones in Sino-Africa relations*. Retrieved from Kenya Broadcasting Cooperation: <https://www.kbc.co.ke/chinese-embassy-xinhua-host-photography-exhibition-in-nairobi-showcasing-milestones-in-sino-africa-relations/>
- Bo, H., Lawal, R., & Sakariyahu, R. (2024). China's infrastructure investments in Africa: An imperative for attaining sustainable development goals or a debt-trap? *The British Accounting Review*.

- Bosire, E. (2023). *Xinhua News Agency visits Kenya News Agency*. Retrieved from Kenya News Agency: <https://www.kenyanews.go.ke/xinhua-news-agency-president-fu-hua-visits-kenya-news-agency-at-uchumi-house-nairobi-3/?>
- Britannica. (2025). *Xinhua News Agency*. Retrieved from Britannica: <https://www.britannica.com/topic/Xinhua-News-Agency>
- Business Today. (2018). *Xinhua building mixed-use Africa bureau in Nairobi*. Retrieved from Business Today: <https://businesstoday.co.ke/xinhua-builds-africa-regional-bureau-nairobi/?>
- CGTN. (2018). *Live: Visiting CGTN Africa bureau*. Retrieved from CGTN: https://news.cgtn.com/news/3d497a4e7849545a326c4754/share_p.html
- CGTN. (n.d.). *About Us*. Retrieved from China Global Television Network: <https://www.cgtn.com/about-us>
- CGTN Africa. (2023, June). *Standard Gauge Railway (SGR) Marks One Year Anniversary*. Retrieved from CGTN Africa: <https://africa.cgtn.com/standard-gauge-railway-sgr-marks-one-year-anniversary/>
- Chatham House. (2023). *Kenya's debt struggles go far deeper than Chinese loans*. Retrieved from Chatham House: <https://www.chathamhouse.org/2023/05/kenyas-debt-struggles-go-far-deeper-chinese-loans>
- China Daily. (2006). *CRI Launches First Overseas FM Radio Station*. Retrieved from China Daily: <http://www.china.org.cn/english/culture/160050.htm>
- China Daily. (2012). *China Daily launches Africa Weekly edition*. Retrieved from China Daily: https://www.chinadaily.com.cn/china/2012-12/14/content_16016334.htm?
- China Daily. (2025). *About Us*. Retrieved from China Daily: https://www.chinadaily.com.cn/static_e/2011about.html#:~:text=around%20Southeast%20Asia.-%E2%96%A0,%E2%96%A0

- China Global Television Network. (2020). *Kenya shows why China is crucial for COVID-19 vaccination in Africa*. Retrieved from China Global Television Network: <https://news.cgtn.com/news/2020-12-02/Kenya-shows-why-China-is-crucial-for-COVID-19-vaccination-in-Africa-VTuY3MFCBq/index.html?>
- China Global Television Network. (2020). *Kenya to co-produce films with China to boost creative sector*. Retrieved from China Global Television Network: <https://newsaf.cgtn.com/news/2020-11-12/Kenya-to-co-produce-films-with-China-to-boost-creative-sector-Vl7M0pZ7WM/index.html?>
- China Global Television Network. (2020). *U.S. anti-China smear campaigns in Africa must be called out*. Retrieved from China Global Television Network: [https://news.cgtn.com/news/2020-10-23/U-S-anti-China-smear-campaigns-in-Africa-must-be-called-out-UOGclzKMO4/index.html](https://news.cgtn.com/news/2020-10-23/U-S-anti-China-smear-campaigns-in-Africa-must-be-called-out-UOGclzKMO4/index.html?)
- China Global Television Network. (2021). *China, Kenya to further synergize development strategies, deepen cooperation: Chinese FM*. Retrieved from China Global Television Network: [https://newsaf.cgtn.com/news/2021-10-12/Wang-Yi-holds-telephone-conversation-with-Kenyan-counterpart-14hHHYyikbS/index.html](https://newsaf.cgtn.com/news/2021-10-12/Wang-Yi-holds-telephone-conversation-with-Kenyan-counterpart-14hHHYyikbS/index.html?)
- China Global Television Network. (2021). *Chinese enterprises at center of Kenya's transformation, pandemic response: report*. Retrieved from China Global Television Network: <https://newsaf.cgtn.com/news/2021-12-16/Chinese-enterprises-at-center-of-Kenya-s-transformation-report-161y7GZcpWw/index.html?>
- China Global Television Network. (2021). *CMG and African media partners pledge to deepen collaboration*. Retrieved from China Global Television Network: <https://news.cgtn.com/news/2021-11-27/CMG-and-African-media-partners-pledge-to-deepen-collaboration-15x14rjWhy0/index.html?>
- China Global Television Network. (2022). *China, Kenya pledge closer cooperation during Wang Yi's visit*. Retrieved from China Global Television Network:

<https://news.cgtn.com/news/2022-01-06/Chinese-Foreign-Minister-Wang-Yi-meets-Kenyan-counterpart-16BcPC6Dzyg/index.html>

China Global Television Network. (2022). *Chinese-built Mombasa-Nairobi railway powers East Africa's development*. Retrieved from China Global Television Network: <https://news.cgtn.com/news/2022-08-05/Chinese-built-Mombasa-Nairobi-railway-powers-East-Africa-s-development-1cfpsz2ni4U/index.html?>

China Global Television Network. (2022). *CMG holds cooperation seminar with African media partners in Nairobi*. Retrieved from China Global Television Network: <https://news.cgtn.com/news/2022-11-18/CMG-holds-cooperation-seminar-with-African-media-partners-in-Nairobi-1f3vdcvpN7y/index.html?>

China Global Television Network. (2023). *China injects fresh momentum into Africa's infrastructure boom*. Retrieved from China Global Television Network: <https://news.cgtn.com/news/2023-06-30/China-injects-fresh-momentum-into-Africa-s-infrastructure-boom-1l3Xe17Y4es/index.html?>

China Global Television Network. (2023). *China, Kenya agree to deepen Belt and Road cooperation*. Retrieved from China Global Television Network: <https://news.cgtn.com/news/2023-07-23/China-Kenya-agree-to-deepen-Belt-and-Road-cooperation-1lFeCzpxTXO/index.html>

China Global Television Network. (2023). *Kenya looks to China to boost tourism sector recovery*. Retrieved from China Global Television Network: <https://africa.cgtn.com/kenya-looks-to-china-to-boost-tourism-sector-recovery/?>

China Global Television Network. (2024). *Kenya, China sign deal to enhance cooperation in renewable energy*. Retrieved from China Global Television Network: <https://africa.cgtn.com/kenya-china-sign-deal-to-enhance-cooperation-in-renewable-energy/>

China Global Television Network. (2024). *The Kenya-China Economic and Trade Association Launches the 2022-2023 Social Responsibility Report*.

Retrieved from China Global Television Network:
<https://africa.cgtn.com/the-kenya-china-economic-and-trade-association-launches-the-2022-2023-social-responsibility-report/>

China Global Television Network. (2024). *Xi replies to letter from representatives of Kenyan students, alumni at Beijing Jiaotong University*. Retrieved from China Global Television Network: <https://news.cgtn.com/news/2024-01-23/Xi-Jinping-replies-to-letter-from-Kenyan-students-alumni-1qBk8mRxcSQ/p.html?>

China Internet Information Center. (2006). *CRI Launches First Overseas FM Radio Station*. Retrieved from China Internet Information Center: <http://www.china.org.cn/english/culture/160050.htm>

China Radio International. (2024). *Xi Jinping Bahas Hubungan Tiongkok-Afrika*. Retrieved from China Radio Internasional CGTN: <https://indonesian.cri.cn/2024/08/28/ARTIcJB77Xf0ogQjS0R2UUO7240828.shtml>

Confucius Institute. (2025). *Historical Background of Confucius Institute*. Retrieved from Confucius Institute University of Nairobi: <https://confucius.uonbi.ac.ke/basic-page/about-confucius-institute>

Confucius Institute. (2025). *Confucius Institute student clubs and camps*. Retrieved from Confucius Institute: <https://confucius.uonbi.ac.ke/latest-news/confucius-institute-student-clubs-and-camps>

Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press.

Daba. (2024). *Top 10 Largest African Economies by GDP in 2024*. Retrieved from Daba Finance: <https://dabafinance.com/en/insights/top-10-largest-african-economies-by-gdp-in-2024>

Darmawan, A. S., Damayanti, C., & Haqqi, H. (2021). *Diplomasi Panda Sebagai Diplomasi Publik Tiongkok Terhadap Jepang. Hubungan Internasional*.

- Eisenman, J. (2023). *China's Media Propaganda in Africa: A Strategic Assessment*. United States Institute of Peace.
- Eisenman, J., & Heginbotham, E. (2018). *China Steps Out: Beijing's Major Power Engagement with the Developing World*. Routledge.
- Feingold, S. (2023). *China's Belt and Road Initiative turns 10. Here's what to know*. Retrieved from World Economic Forum: <https://www.weforum.org/stories/2023/11/china-belt-road-initiative-trade-bri-silk-road/>
- FOCAC. (2004). *Forum on China-Africa Cooperation*. Retrieved from FOCAC: http://www.focac.org/eng/ltjj_3/ltjz/
- Fuyu. (2011). *CRI Marks China's First English Radio Show*. Retrieved from CRI English: <https://archive.ph/20131116074301/http://english.cri.cn/6909/2011/11/25/2941s668956.htm>
- Gagliardone, I. (2013). China as a persuader: CCTV Africa's first steps in the African mediasphere. *African Journalism Studies*.
- Gregory, B. (2011). *American Public Diplomacy: Enduring Characteristic, Elusive Transformation*.
- Han, X. (2022). Belt and Road Initiative: Media Narratives and African Perspective. *Journal of Contemporary Asian Studies*.
- Hanauer, L., & Morris, L. (2014). *Chinese Engagement in Africa: Drivers, Reactions, and Implications for U.S. Policy*. RAND Cooperation.
- Hanauer, L., & Morris, L. J. (2013). *Chinese Engagement in Africa*. Retrieved from RAND: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR521.html
- Hartig, F. (2011). Confucius Institutes and the Rise of China. *Journal of Chinese Political Science*, 17.
- Hartmann, C., & Noesselt, N. (2020). *China's New Role in African Politics: From Non-Intervention towards Stabilization*. Routledge.

- Huawei. (2024). *Seeds for the Future Kenya*. Retrieved from Huawei:
<https://www.huawei.com/ke/corporate-citizenship/seeds-for-the-future>
- Huaxia. (2023). *Kenyan DP meets Xinhua president on media cooperation*. Retrieved from Xinhuanet:
<https://english.news.cn/africa/20230818/01b3cfe281c14e66a4954cb358b119d9/c.html?>
- Huaxia. (2024). *Kenya hosts joint conference of African Confucius institutes*. Retrieved from Xinhua Net:
<https://english.news.cn/africa/20240531/3576baeefaa241cba7b3068d1ecfae26/c.html?>
- Huaxia. (2024). *Kenya launches 5-year plan to drive growth in ICT sector*. Retrieved from Xinhua:
<https://english.news.cn/africa/20240913/6ee5e16df66f4769900a069e66e26f67/c.html>
- Huaxia. (2024). *Kenya, China ink deal to promote cooperation in renewable energy*. Retrieved from Xinhua:
<https://english.news.cn/20240822/7b9becfb754f4106a6b52a1baeea01c5/c.html>
- Jie, D. Y. (2017). *From Deng to Xi: Economic Reform, the Silk Road, and the Return of the Middle Kingdom*. London School of Economics and Political Science.
- Kamolo, J. (2023). *Kenya-China news ready to counter fake news*. Retrieved from Kenya News Agency: <https://www.kenyanews.go.ke/kenya-china-news-ready-to-counter-fake-news/>
- Kartikasari, E., & Linggarwati, T. (2022). Penggunaan Twitter dalam Diplomasi Digital China di Masa Pandemi Covid-19 (The Use of Twitter in China's Digital Diplomacy during The Covid-19 Pandemic). *Jurnal Hubungan Internasional*, 01(01).

- Krukowska, M. M. (2024). China's security relations with Africa in the 21st century. *Security and Defence Quarterly*, 46.
- Kurlantzick, J. (2023). *The Soft Power Toolkit: Media and Information Coming Through the Front Door*. Oxford University Press.
- Li, M. (2009). *China' Emerging Strategy in International Politics*. United Kingdom: Lexington Books.
- Maina, J. M. (2018). The Role Of China Global Television Network In Fostering Chinese Public Diplomacy In Kenya.
- Matunda, P. (2020). Role of Big Four Agenda and Vision 2030 for Kenya's Sustainable Development. *Konferensi Institution of Engineers of Kenya ke-27*. Mombasa.
- Mead, W. R. (2020). *China Is the Real Sick Man of Asia*. Retrieved from The Wall Street Asia: <https://www.wsj.com/articles/china-is-the-real-sick-man-of-asia-11580773677>
- Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitatives Data Analysis: A Method Sourcebook*. Los Angeles: Sage Publications.
- Ministry of Foreign Affairs. (2023). *Chinese Ambassador to Kenya Zhou Pingjian: "Making China-Kenya Partnership more Strategic"*. Retrieved from Ministry of Foreign Affairs of The People's Republic of China: https://www.mfa.gov.cn/eng/xw/zwbd/202405/t20240530_11365955.html
- Moloeng, L. J. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Molter, V., & Diresta, R. (2020). Pandemics & propaganda: How Chinese state media creates and propagates CCP coronavirus narratives. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*.

- Monson, J. (2009). *Africa's Freedom Railway: How a Chinese Development Project Changed Lives and Livelihoods in Tanzania*. Indiana University Press.
- Mourdoukoutas, P. (2019). *What China Wants From Africa? Everything*. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/panosmourdoukoutas/2019/05/04/what-china-wants-from-africa-everything/#:~:text=China%20wants%20everything%20from%20Africa,global%20ambitions%20of%20many%20foreigners>.
- Mutethya, E. (2024). *Chinese Businesses Committed to Development in Kenya*. Retrieved from China Daily: <https://www.chinadaily.com.cn/a/202412/19/WS67638b46a310f1265a1d3c35.html?>
- Mutethya, E. (2024). *Kenya, China to Further Strengthen Cooperation*. Retrieved from China Daily: <https://global.chinadaily.com.cn/a/202408/08/WS66b42551a3104e74fddb9034.html?>
- Mwakideu, C. (2021). *China's growing influence on Africa's media*. Retrieved from Deutsche Welle: <https://www.dw.com/en/experts-warn-of-chinas-growing-media-influence-in-africa/a-56385420>
- Nair, C. (2023). *Anti-China Rhetoric Is Off the Charts in Western Media*. Retrieved from The Diplomat: <https://thediplomat.com/2023/02/anti-china-rhetoric-is-off-the-charts-in-western-media/>
- Nakamura, K. (2022). Balancing Opportunities and Incentives: How Rising China's Mediated Public Diplomacy Changes Under Crisis. *International Journal of Communication*.
- Ndegwa, S. (2019). *CGTN*. Retrieved from China's Standard Gauge Railway Makes Strong Impact on Kenya's Economy: <https://news.cgtn.com/news/2019-08-02/China-s-standard-gauge-railway-makes-strong-impact-on-Kenya-s-economy-IPds2CE4zm/index.html>

- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in Wolrd Politics*. New York: Public Affairs.
- Ogunsanwo, A. (1974). *China's Policy in Africa 1958-1971*. New York: Cambridge University Press.
- Patroba, H. (2012). *China in Kenya : addressing counterfeit goods and construction sector imbalances*. Johannesburg: South African Institute of International Affairs.
- Repnikova, M. (2022). *Chinese Soft Power*. Cambridge University Press.
- Rogin, J. (2018). *Congress demands answers on AP's relationship with Chinese state media*. Retrieved from The Washinton Post: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2018/12/24/congress-demands-answers-aps-relationship-with-chinese-state-media/>
- Schielbs, M., Bailey, H., Bright, J., & Howard, P. N. (2021). *China's Public Diplomacy Operations: Understanding Engagement and Inauthentic Amplification of PRC Diplomats on Facebook and Twitter*. University of Oxford.
- Shinn, D., & Eisenman, J. (2012). *China and Africa: A century of engagement*. University of Pennsylvania Press.
- Siyoto, D., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Snow, P. (1988). *The Star Raft: China' Ecounter with Africa*. Cornell University Press.
- State Media Monitor. (n.d.). *Xinhua*. Retrieved from State Media Monitor: <https://statemediamonitor.com/2024/09/xinhua/>
- Strange, A. (2024). *Chinese Global Infrastructure*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Sugiyono, P. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sun, L. (2018). *Developments and New Approaches of Internationalizing China's Media: A Case Study of China Global Television Network (CGTN) in Witness Perspective*. Retrieved from Global Media Journal: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/developments-and-new-approaches-of-internationalizing-chinas-media-a-case-study-of-china-global-television-network-cgtn-in-witness.php?aid=87145>
- Szczudlik-Tatar, J. (2010). Soft power in China's foreign policy. *The Polish Quarterly of International Affairs*, 19(3).
- Taylor, I. (2006). *China and Africa: Engagement and Compromise*. London: Routledge.
- The Express Tribune. (2020). *China expels Wall Street Journal reporters for 'Sick Man' headline*. Retrieved from The Express Tribune: <https://tribune.com.pk/story/2160077/china-expels-wall-street-journal-reporters-sick-man-headline?>
- Thussu, D. K., Burgh, H. D., & Shi, A. (2018). *China's Media Go Global*. New York: Routledge.
- Troianovski, A. (2010). *China Agency Nears Times Square*. Retrieved from The Wall Street Journal: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704334604575339281420753918>
- University of Nairobi. (2024). *UoN Confucius Institute Attend the 2024 World Chinese Language Conference in Beijing*. Retrieved from University of Nairobi: <https://www.uonbi.ac.ke/news/uon-confucius-institute-attend-2024-world-chinese-language-conference-beijing?>
- VOA Indonesia. (2023). *China Adakan Festival Makanan di Kenya*. Retrieved from VOA Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/china-adakan-festival-makanan-di-kenya/7387703.html>
- Wissenbach, U., & Wang, Y. (2017). *African politics meets Chinese engineers: The Chinesebuilt Standard Gauge Railway Project in Kenya and East*.

Washington DC: China Africa Research Initiative (CARI), School of Advanced International Studies (SAIS).

World Bank. (2024). *Africa's Pulse: An Analysis of Issues Shaping Africa's Economic Future*. Washington DC: World Bank Group.

World Bank. (2024). *Kenya Country Overview*. Retrieved from World Bank: <https://www.worldbank.org/en/country/kenya/overview#1>

World Bank. (2024). *Poverty & Equity and Macroeconomics*. Retrieved from World Bank: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/bae48ff2fefc5a869546775b3f010735-0500062021/related/mpo-ken.pdf>

Xinhua News Agency. (2003). *Kenya, China Mark 40-year Diplomatic Ties*. Retrieved from China: <http://www.china.org.cn/english/international/82128.htm>

Xinhuanet. (2025). *Brief Introduction to Xinhuanet*. Retrieved from Xinhuanet: http://www.xinhuanet.com/english/special/2015-09/06/c_134594253.htm?

Yu Shan Wu, The Conversation. (2018). *How media and film can help China grow its soft power in Africa*. Retrieved from The Conversation: <https://theconversation.com/how-media-and-film-can-help-china-grow-its-soft-power-in-africa-97401>