

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 merupakan fenomena *extraordinary* yang dirasakan secara global dan tereskalasi menjadi pandemi dengan cepat hanya dalam kurun waktu beberapa bulan setelah kasus pertamanya ditemukan di Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada akhir Desember 2019 (CNN Indonesia, 2020b). Covid-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 yang membuat penderitanya dapat mentransmisikan virus melalui berbagai medium mulai dari kontak langsung, udara, hingga fomit (WHO, 2020b). Virus ini menyerang saluran pernapasan, sehingga penderitanya memerlukan perawatan khusus, mulai dari penyakit pernapasan ringan hingga kronis. Virus ini menjadi mematikan ketika pasien merupakan orang tua, terlebih lagi bagi yang telah memiliki penyakit bawaan sebelumnya seperti, kardiovaskular, diabetes, penyakit pernapasan kronis, atau kanker (WHO, 2020a).

Pandemi Covid-19 tidak hanya menciptakan isu kesehatan global saja, namun lebih jauh lagi memunculkan diskursus publik terkait isu ekonomi dan isu politik. Dari kacamata studi hubungan internasional, pandemi Covid-19 mengubah dinamika geopolitik negara-negara di dunia. Salah satu negara besar yang disoroti ialah Tiongkok. Perhatian besar ini bukan tanpa alasan, namun dikarenakan kasus pertama Covid-19 ditemukan di negara Tirai Bambu ini, tepatnya di Provinsi Hubei, Kota Wuhan. Respon masyarakat dunia atas fakta bahwa Covid-19 ini berasal dari Tiongkok diekspresikan ke dalam perilaku diskriminasi, kekerasan verbal dan fisik,

hingga penyerangan – penyerangan beralasan rasial serta meningkatnya gelombang rasisme ‘*Asian hate*’, pada individu keturunan Tiongkok di Amerika Serikat dan beberapa negara Eropa.

Perilaku rasisme yang ditunjukkan ini tidak hanya dilakukan masyarakat – masyarakat biasa, secara terang – terangan Donald Trump, Presiden Amerika Serikat saat itu mengeluarkan pernyataan kontroversial dengan menyebut Virus Covid-19 dengan sebutan ‘Virus Cina’ (Arbar, 2023). Melalui akun pribadi Twitter nya pada tanggal 16 Maret 2020, Donald Trump menyebutkan bahwa Virus Covid-19 sebagai ‘*Chinese Virus*’, sehingga tagar #chinesevirus Trending dengan eksistensinya sebanyak 775 ribu di Twitter (Kurtzman, 2021). Maraknya sentimen negatif dan gelombang rasisme berdampak pada memburuknya *Nation Branding* negara dengan kekuatan ekonomi kedua terbesar di dunia itu (Kurtzman, 2021). Pasalnya, pendiskreditan dan perilaku rasisme tersebut secara langsung atau tidak langsung mengganggu bahkan melemahkan hubungan bilateral ataupun multilateral Tiongkok dengan Negara-negara di dunia. Temuan Asia Europe Journal, menyebutkan pihak pemerintah Tiongkok khawatir terkikisnya legitimasi dan pengaruh Partai Komunis Tiongkok (PKT) akibat dari gelombang rasisme dan sentimen negatif masyarakat dunia terhadap negara mereka (Verma, 2020).

Salah satu langkah konkret yang dilakukan Tiongkok dalam bidang ekonomi ialah menambah anggaran untuk WHO sebesar \$30 juta, yang mana mendapat respon keras dari Amerika Serikat dengan mengancam melakukan pengunduran diri dari keanggotaannya di WHO (Mitchell, 2020) Diplomasi Multi-jalur pun dilakukan Tiongkok untuk menyelamatkan *Nation Branding*-nya, dengan

penerapan pada sembilan jalur yaitu: 1) non-pemerintah/ profesional (*non-government/ professional*); 2) Masyarakat secara personal; 3) Pemerintah (*government*); 4) bisnis (*business*); 5) Penelitian, pelatihan, dan pendidikan; 6) Gerakan aktivis (*activism*); 7) Agama (*religion*); 8) Pendanaan (*funding*); dan 9) komunikasi atau media (Fathia dkk, 2022).

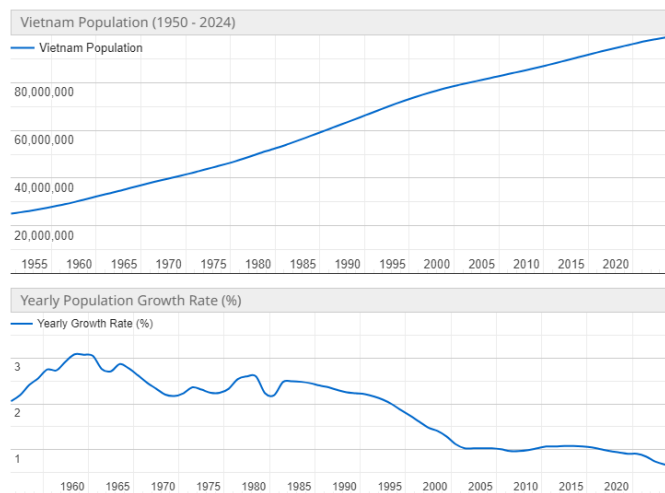
Melalui jalur media, Tiongkok memberikan pesan eksplisit bahwa mereka berhasil menangani penyebaran covid-19, hal ini kemudian dimuat di dalam media besar seperti *The State Council Information Office (SCIO)*, *Xinhua News Agency*, *China Daily*, *People's Daily*, *China Global Television Network (CGTN)* dan *Global Times*. Salah satu contoh upaya Tiongkok dari jalur media, tajuk berita di *Global Times* tentang Tiongkok yang menjadi tuan rumah Olimpiade Musim Dingin yang melibatkan 15.000 orang dari penjuru Dunia, dengan judul berita "*How has China managed to host 'safest' Olympics amid pandemic?*". Pesan eksplisit yang disampaikan dalam rangka memberikan kesan positif bahwa Tiongkok sangat ketat dalam menerapkan protokol, sehingga Acara Olimpiade yang diadakan di Tiongkok tersebut tidak menularkan Virus Covid-19 (*Global Times*, 2022). Kemudian, diplomasi yang dapat dilakukan Tiongkok melalui jalur pemerintahan ialah salah satunya diplomasi vaksin. Bates Gill (2020) dalam *The Washington Quarterly*, menyatakan bahwa Tiongkok dengan kemampuan pendanaan yang besar harus sigap dalam menerapkan *Soft Power Diplomacy* untuk memulihkan *Nation Branding*-nya. Salah satu strategi jangka pendek penerapan *Soft Power Diplomacy* yang realistis diterapkan Tiongkok ialah dengan diplomasi vaksin.

Diplomasi vaksin sebagai salah satu implementasi dari *Soft Power Diplomacy* menjadi tombak utama untuk memulihkan *Nation Branding* negara Tiongkok, yang mana pemerintah Tiongkok melakukan diplomasi vaksin mulai dari negara sekitar seperti kelompok negara ASEAN, sebagian negara – negara Eropa dan Amerika Latin. Penelitian ini hendak memperdalam fenomena upaya pemulihan *Nation Branding* dengan kerangka diplomasi vaksin yang dilakukan Tiongkok, dengan berfokus pada respon Vietnam (salah satu Negara ASEAN) terhadap upaya tersebut. Diketahui secara umum, dalam konstelasi hubungan diplomatik baik bilateral ataupun multilateral antara Tiongkok dengan negara di ASEAN naik turun, termasuk dengan negara Vietnam. Di satu sisi, Tiongkok berkonflik dengan negara – negara ASEAN seperti Vietnam, Thailand, Filipina dan Laos perihal Laut Cina Selatan yang tak kunjung menemui solusi permanennya (Danby, 2022). Di sisi lain, kedekatan hubungan Tiongkok dengan ASEAN dapat terlihat dari kuatnya *The Belt Road Initiative* (BRI) yang telah terbentuk sejak lama dan bertahan hingga saat ini.

Alasan peneliti memfokuskan pada negara Vietnam antara lain, *Pertama*, karena Dinamika hubungan Vietnam dengan Tiongkok yang unik baik pasca pandemi ataupun sebelum Pandemi. *Kedua*, Vietnam merupakan ‘*gateway to Southeast Asia*’, yang menjadikan Vietnam Negara yang memiliki peran Sentral dalam hal geopolitik dari negara-negara besar seperti Amerika Serikat, Rusia dan tentunya Tiongkok (Abke, 2024). *Ketiga*, Vietnam yang mengetahui potensi negaranya tersebut seringkali membuat Tiongkok panas dengan cara Vietnam mendekati diri ke Amerika Serikat atau Rusia, sehingga Tiongkok mengeluarkan

respon-respon keras terhadap perilaku Vietnam tersebut. *Keempat*, terdapat catatan sejarah baik atau buruk, antara dinamika Tiongkok dengan Vietnam, mulai dari Perang terbuka, Konflik LCS, hingga penguatan kerjasama strategis BRI. *Kelima*, Tiongkok memiliki kepentingan dalam aspek budaya, ekonomi, dan kerjasama strategis yang besar dengan Vietnam.

Vietnam merupakan salah satu Negara Asia Tenggara yang diperhitungkan di kawasan Asia Tenggara, Vietnam tergolong ke dalam kelompok *Next Eleven* yang merupakan prediksi kekuatan – kekuatan dunia baru di masa depan. Vietnam memiliki Produk Domestik Bruto (PDB) saat ini US\$408 Miliar, PDB Riil sebesar US\$272.98 Miliar, tingkat pertumbuhan PDB berada pada 8,02%, dan PDB per kapita US\$3,655 (Worldmeter, 2024).



Gambar 1. Jumlah dan Pertumbuhan Penduduk Vietnam Tahun 1950 – 2024

Sumber: Worldmeter (2024)

Berdasarkan Worldmeter (2024), Vietnam memiliki penduduk 99,415,392 jiwa pada Maret 2024 atau 1,23% populasi dunia. Vietnam menempati urutan ke-16 negara dengan kepadatan penduduk, dengan kepadatan penduduk ialah 319 per Km² dari total luas daratan 310,070 Km². Kekuatan militer Vietnam berdasarkan

Global Firepower menduduki peringkat ke-2 di Asia Tenggara, dengan Indonesia sebagai peringkat ke-1, dengan personil aktif militer Vietnam sebanyak 400 ribu pasukan. Anggaran Militer Vietnam Tahun 2024 sebesar US\$125 Miliar, yang dialokasikan untuk pemeliharaan, gaji, tunjangan, pengadaan alutsista, dan biaya lainnya (Vietnamese Republic Wiki, 2024).

Berdasarkan penjelasan peneliti di atas, penelitian ini mencoba untuk menguraikan fenomena upaya Tiongkok dalam memulihkan *Nation Branding*-nya dalam kerangka diplomasi vaksin yang dilakukan, dengan mengambil sudut pandang respon dari Vietnam sebagai negara yang memiliki hubungan unik dengan Tiongkok.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis susun di atas, adapun rumusan masalah ialah ‘Bagaimana Respon Vietnam terhadap upaya Tiongkok dalam Pemulihan *Nation Branding* Pasca Pandemi Covid-19?’

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah mampu menjawab rumusan masalah sehingga penulis dapat menganalisa dan menjelaskan Respon Vietnam terhadap upaya Tiongkok dalam Pemulihan *Nation Branding* Pasca Pandemi Covid-19.

1.4. Kegunaan Penelitian

Untuk selanjutnya, penelitian yang penulis susun diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis melalui penelitian ini diharapkan dapat mengambil bagian dalam melengkapi hasil penelitian-penelitian sebelumnya serta diharapkan dapat berkontribusi untuk dapat menjadi sumber referensi bagi studi bidang keilmuan Hubungan Internasional.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu membantu penstudi ilmu Hubungan Internasional dalam menyusun dan mengembangkan penelitiannya khususnya yang berkaitan fenomena kontemporer di awal abad ke-21 yang berkaitan dengan pandemi Covid-19 dan kaitannya dengan upaya Tiongkok dalam memulihkan *Nation Branding* terkhusus dari sudut pandang respon Vietnam, sebagai negara yang sering berkonflik dengan Tiongkok, namun memiliki kedekatan secara historis. Bagi kalangan umum, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan wawasan dalam memahami fenomena hubungan internasional.

1.5. Kerangka Pemikiran

Diplomasi merupakan implementasi dari kebijakan – kebijakan luar negeri yang diterapkan suatu negara terhadap negara lainnya. Diplomasi berdasarkan buku “*guide to diplomatic Practice*” karya Ernest Satow (2011), merupakan penerapan intelijen dan kebijaksanaan dalam melakukan hubungan resmi antara pemerintah negara-negara berdaulat. Diplomasi merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari dinamika hubungan internasional karena diplomasi adalah salah satu instrumen efektif yang digunakan oleh suatu negara dalam mencapai

kepentingan nasionalnya. *The Chamber's Twentieth Century Dictionary* mendefinisikan diplomasi sebagai suatu '*art of negotiation*' atau seni berunding tentang kesepakatan atau perjanjian antar negara (Roy, 1995). Diplomasi menurut *Oxford English Dictionary*, suatu negara memerlukan agen diplomasi melalui format yang diatur oleh negara tersebut dengan menunjuk diplomat atau perwakilan (OED, 2023).

Implementasi diplomasi secara praktis hanya digunakan untuk menjaga relasi baik antara dua atau lebih negara serta menjadi salah satu solusi dalam menyelesaikan perselisihan maupun sengketa. Dalam perkembangannya cakupan dan metode diplomasi mengalami perubahan menyesuaikan dengan pola dan perilaku dari entitas yang menjalankannya. Hal tersebut membuat peran dan fungsi diplomasi didefinisikan dengan artian yang lebih luas dimana diplomasi juga dapat dijadikan instrumen dalam memperkuat pengaruh, merumuskan kerjasama, hingga memajemen perubahan tatanan internasional (Adam, 1984).

Menurut Morgenthau (1948) dalam melakukan diplomasi, suatu negara harus memiliki empat syarat utama. *Pertama*, diplomasi harus disusun melalui pertimbangan kepentingan nasional suatu negara supaya terdapat sasaran atau capaian yang ingin dituju sehingga diperlukan serangkaian langkah strategis untuk mengarah kesana. *Kedua*, negara-negara yang berdiplomasi harus benar-benar memahami kepentingan dan kekuatan negara sasaran untuk mengetahui posisi tawar atau bargaining position dari negara tersebut sehingga upaya untuk mencapai keuntungan maksimum dalam diplomasi dapat tercapai. *Ketiga*, dalam berdiplomasi tentunya terdapat kemungkinan untuk suatu negara mengalami

perbedaan maupun konflik kepentingan dengan negara lain sehingga diperlukan upaya atau solusi yang sama-sama menguntungkan sebagai titik temu agar kesepakatan dapat terjadi. *Keempat*, negara-negara yang melakukan diplomasi harus mampu menyesuaikan dan beradaptasi serta memahami etika serta cara yang pantas dalam berdiplomasi.

Terdapat tiga pendekatan yang secara umum sering digunakan oleh suatu negara dalam melakukan praktek diplomasi. *Pertama*, unilateral atau sepihak, dimana negara-negara bertindak sendiri, tanpa bantuan atau persetujuan dari negara lain dalam berdiplomasi. *Kedua*, bilateral atau dua pihak, dimana suatu negara melakukan hubungan diplomatik dengan negara lain. *Ketiga*, multilateral atau berbagai pihak, dimana negara melakukan diplomasi secara bersama dengan beberapa negara lain. Dari beberapa pendekatan tersebut terdapat pro dan kontra yang mengikutinya. Bertindak secara sepihak, misalnya, memungkinkan negara melakukan apa yang diinginkannya tanpa kompromi, tetapi juga harus menanggung semua biayanya sendiri. Bertindak dengan sekutu, di sisi lain, memungkinkan negara untuk menjaga hubungan baik dan berbagi beban diplomatik, tetapi ini sering membutuhkan kompromi (Nye, 2002).

Tulisan dengan judul “*The effect of Chinese vaccine diplomacy during COVID-19 in the Philippines and Vietnam: a multiple case study from a soft power perspective*” yang ditulis oleh Remco Johan Leonard van Dijk dan Catherine Yuk-ping Lo (2023), yang diambil dari *Umanit Soc Sci Commun*. Studi kasus ganda pertama yang mengamati dampak diplomasi vaksin Tiongkok selama pandemi Covid-19 terhadap negara-negara penggugat LCS yang paling vokal, yaitu Filipina

dan Vietnam, menemukan bahwa diplomasi tersebut tidak berhasil dari perspektif *soft power*. Metode pengumpulan data yang ekstensif memungkinkan adanya gambaran lengkap atas semua data yang tersedia, sementara penggunaan kerangka analisis *soft power* memungkinkan dilakukannya pendekatan sistematis. Keterbatasan penelitian ini ialah penelitian ini hanya menunjukkan korelasi bukan hubungan sebab akibat, antara diplomasi vaksin Tiongkok dan berbagai indikator *soft power diplomacy*.

Penelitian dengan judul “*COVID-19 and Tiongkok’s global image*” yang ditulis oleh Barbara Onnis (2021), diambil dari *EU-Asia project*. Pandemi COVID-19 telah menghadirkan krisis internal yang signifikan bagi Republik Rakyat Tiongkok (Tiongkok) dan berdampak besar pada berbagai aspek, termasuk politik, ekonomi, sosial, dan geopolitik. Meskipun Pemerintah Tiongkok awalnya mendapat kritik atas penanganan krisis ini, kemudian berhasil menunjukkan manajemen yang efektif terhadap krisis darurat kesehatan. Sementara banyak negara Barat masih berjuang dengan *lockdown* berulang dan seringkali diperdebatkan, Tiongkok berhasil kembali ke kehidupan sehari-hari yang relatif normal dan bahkan mencatat pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020. Meskipun diplomasi vaksin telah membantu Tiongkok memperkuat posisinya di dunia, masih ada kritik yang datang terutama dari negara-negara demokrasi liberal Barat yang meragukan pendekatan otoriter Tiongkok dalam menangani pandemi.

Penelitian dengan judul “*Post-covid Tiongkok: ‘vaccine diplomacy’ and the new developments of Chinese foreign policy*” yang ditulis oleh Anna Kobierecka (2023), yang diambil dari *Place Brand Public Dipl.* Tulisan ini memberikan analisis

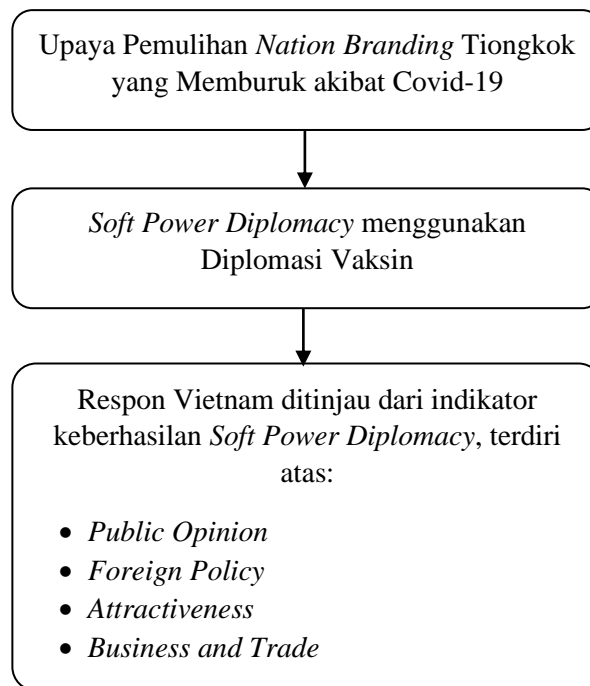
yang mendalam mengenai diplomasi vaksin Tiongkok dan dampaknya pada kebijakan luar negeri dan citra internasional Tiongkok. Ini adalah topik yang sangat penting dalam konteks hubungan internasional saat ini, dan upaya diplomasi vaksin telah menjadi elemen kunci dalam strategi Tiongkok untuk memperkuat pengaruhnya di kancah global. Tulisan ini dengan jelas mengidentifikasi beberapa tujuan utama dalam diplomasi Vaksin Tiongkok, seperti menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi kerja sama internasional, menampilkan Tiongkok sebagai aktor yang bertanggung jawab, dan mempromosikan kepentingan ekonomi.

Penelitian dengan judul “*Vaccine diplomacy: Nation Branding and Tiongkok’s COVID-19 soft power play*” yang ditulis oleh Seow Ting Lee (2023), diambil dari Place Brand Public Dipl, tulisan ini membahas konsep diplomasi vaksin Tiongkok dan dampaknya, khususnya dalam konteks COVID-19. Penekanan pada hubungan antara diplomasi vaksin dan isu-isu seperti *Nation Branding*, *soft power*, dan diplomasi publik. Diplomasi vaksin Tiongkok memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari kerangka diplomasi vaksin konvensional (Lee, 2023). Tiongkok mencari jalur bilateral, mengembangkan interpretasi diplomasi publik sendiri, dan memanfaatkan keunikan vaksin yang diproduksi olehnya. Diplomasi vaksin digunakan sebagai instrumen *soft power* dan *branding* negara. Meskipun diplomasi vaksin Tiongkok telah mendapatkan perhatian positif di beberapa negara, terdapat kontroversi dan perbedaan persepsi terhadap vaksin Tiongkok, terutama terkait dengan keamanan dan kemanjuran vaksin tersebut. Ini dapat memengaruhi citra dan *soft power* Tiongkok. Dunia digital memungkinkan persepsi terhadap kinerja negara dalam menangani Covid-

19 menjadi faktor kunci dalam branding negara. Sentimen internasional terhadap Tiongkok memiliki variasi yang luas, yang mencerminkan tantangan diplomasi publik yang dihadapi Beijing.

Penelitian – penelitian terdahulu yang peneliti sajikan di atas, merupakan upaya peneliti dalam memperkuat argumentasi dan pendapat peneliti dalam membuat alur penelitian ini menjadi jelas dan terarah. Penelitian ini memiliki topik bahasan utama yang menjadikan penelitian ini berbeda dengan empat penelitian terdahulu di atas ialah, peneliti mencoba untuk menguraikan upaya-upaya apa saja yang dilakukan Tiongkok dalam rangka memulihkan *Nation Branding*-nya yang memburuk akibat banyaknya pihak yang menyalahkan Tiongkok sebagai penyebab dari terjadinya Pandemi Covid-19 (peneliti telah jabarkan bukti-bukti adanya tuduhan serta sentimen negatif terhadap Tiongkok di latar belakang).

Kerangka Diplomasi yang peneliti fokuskan pada penelitian ini ialah Diplomasi Vaksin yang merupakan salah satu bentuk dari penerapan *Soft Power Diplomacy*. Agar penelitian ini memiliki jangkauan yang tidak melebar dan terfokus, maka peneliti mengambil sudut pandang dari respon Vietnam terhadap upaya – upaya yang dilakukan Tiongkok tersebut. Berikut bagan kerangka pemikiran penelitian ini:



Bagan 1. Kerangka Pemikiran

1.6. Definisi Konseptual

Penelitian ini menggunakan Kebijakan Luar Negeri sebagai *Grand Theory*, yang kemudian diturunkan kepada Diplomasi sebagai *Middle Theory*, dan *Soft Power Diplomacy* sebagai *Applied Theory*. Bentuk konkret dari *Soft Power Diplomacy* yang menjadi fokus pada penelitian ini ialah diplomasi vaksin yang dilakukan Tiongkok dalam rangka memulihkan *Nation Branding* Tiongkok pasca Pandemi Covid-19. Untuk mengungkap pelaksanaan diplomasi vaksin Tiongkok sebagai upaya memulihkan *Nation Branding*-nya, peneliti mengambil sudut pandang respon dari Negara Vietnam. Dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut.

1.6.1. Kebijakan Luar Negeri

1.6.1.1. Definisi Kebijakan Luar Negeri

Kebijakan luar negeri atau KLN suatu negara terdiri dari strategi-strategi yang digunakannya untuk melindungi kepentingan internasional dan domestiknya serta menentukan cara negara tersebut berinteraksi dengan aktor negara dan non-negara lainnya (Hambalie, 2017). Tokoh Iskandar dkk (2022) berpendapat bahwa KLN dapat dipahami sebagai sikap, respon, atau tindak lanjut dalam berbagai tingkat yang melibatkan aktor-aktor berbeda. Tokoh Herman dkk. (1987), memandang KLN sebagai '*behavior of states*' atau perilaku negara. Pendapat berbeda disampaikan Russet dkk. (2009), KLN merupakan acuan atau pedoman yang dipegang oleh suatu negara dalam hal hubungannya dengan negara lain, sebagai langkah – langkah diplomatis untuk mencapai *national interest* negaranya.

Tujuan utama dari kebijakan luar negeri adalah untuk membela kepentingan nasional suatu negara, yang bisa dengan cara non-kekerasan atau kekerasan. Kebijakan luar negeri mencakup taktik dan proses di mana suatu negara berinteraksi dengan negara lain untuk memajukan kepentingannya sendiri. Kebijakan luar negeri dapat menggunakan diplomasi atau cara lain yang lebih langsung seperti agresi yang berakar pada kekuatan militer. Perkembangan kebijakan luar negeri dipengaruhi oleh pertimbangan domestik, kebijakan atau perilaku negara lain, atau rencana untuk memajukan desain geopolitik tertentu (Folarin, 2017).

Adapun menurut Hudson (2013), ciri utama dari kebijakan luar negeri suatu negara meliputi; *Pertama*, **keputusan kebijakan luar negeri bersifat *multi-factorial***- Lebih dari satu level analisis; *Kedua*, **terintegrasi** – mengintegrasikan

informasi – informasi yang didapatkan dengan pendekatan *level of analysis* yang melibatkan berbagai cabang disiplin ilmu; dan *Ketiga, agent-oriented theory* - memiliki aktor pelaksana yang spesifik.

1.6.1.2. Kebijakan Luar Negeri Tiongkok

Kebijakan Luar Negeri yang dilakukan Tiongkok mencakup beberapa strategi antara lain, Diplomasi Bilateral, *Soft Power Diplomacy*, Kebijakan Kerjasama Ekonomi Strategis, Diplomasi Multilateral dan keamanan (Alfi dkk., 2023). Kebijakan Luar Negeri Tiongkok berlandaskan pada “*Five Principles of Peaceful Coexistence*” yaitu: Saling menghormati wilayah dan kedaulatan negara lain, non-agresi, non-intervensi, persamaan dan keuntungan bersama serta perdamaian (Weissmann dalam Alfi dkk., 2023).

Kebijakan Luar Negeri Tiongkok berubah pada masa kepemimpinan Xi Jinping yang lebih mengedepankan prinsip ‘*Peaceful Rise*’. Di sisi lain, presiden Xi mengedepankan prinsip Kebijakan Luar Negeri Presiden Xi antara lain untuk, meraih modernisasi, pengembangan ekonomi eksponensial, dan menciptakan perdamaian (Alfi dkk., 2023). Pesan tersirat yang disampaikan Presiden Xi dalam prinsip ‘*Peaceful Rise*’ ialah bahwa keberadaan, pertumbuhan dan perkembangan Tiongkok bukanlah sebuah ancaman dan Tiongkok cenderung tidak menargetkan hegemon.

1.6.2. Diplomasi

Diplomasi dapat dikatakan sebagai sarana untuk memelihara perdamaian dan memenuhi kepentingan nasional secara bersamaan tanpa menyertakan

kekuatan keras. Menurut Kautlaya dan Shamasastri (1967) terdapat empat tujuan utama yang secara umum dalam melakukan diplomasi. *Pertama, Acquisition*, hubungan diplomatik yang dilakukan suatu negara tidak terlepas dari perolehan kepentingan nasionalnya baik secara *hardpower* maupun *softpower*. *Kedua, Preservation*, hubungan diplomatik bertujuan untuk menjaga serta memelihara hubungan antar aktor didalamnya sehingga tetap dalam posisi damai. *Ketiga, Augmentation*, hubungan diplomatik merupakan sarana yang dapat digunakan oleh suatu negara untuk menambah agregat keuntungan strategis dari negara lain. *Keempat, Proper distribution*, hubungan diplomatik memberikan pembagian yang relatif adil karena adanya kompromi yang terjadi (Kautlaya dan Shamasastri, 1987).

Morgenthau (1948) juga menerapkan sembilan aturan yang dapat dijadikan sebagai pedoman bagi negara yang ingin melakukan diplomasi. *Pertama*, diplomasi harus melepaskan semangat perang salib yang mana dalam melakukan diplomasi suatu negara tidak boleh membawa agenda yang sifatnya dogmatis. *Kedua*, tujuan politik luar negeri harus didefinisikan dalam kaitannya dengan kepentingan nasional dan harus didukung dengan kekuatan yang memadai. *Ketiga*, diplomasi harus melihat panggung politik dari sudut pandang negara lain. *Keempat*, negara harus bersedia berkompromi pada semua masalah yang tidak penting bagi mereka. *Kelima*, negara tidak boleh terlalu legalistik atau ideologis dalam berdiplomasi. *Keenam*, dalam berdiplomasi suatu negara perlu melakukannya dengan teliti dan penuh perhitungan agar tidak terjebak pada situasi yang tidak menguntungkan. *Ketujuh*, dalam membuat suatu keputusan suatu negara harus memiliki pendirian

yang tidak dapat dipengaruhi oleh negara lain. *Kedelapan*, jangan tunduk pada negara lain karena negara tersebut memiliki instrumen kekuatan militer yang lebih besar. *Kesembilan*, dalam menentukan kepentingan nasional, pemerintah harus mampu bertindak secara independen tanpa terpengaruh oleh opini publik sehingga dituntut untuk berkerja secara profesional (Morgenthau, 1948).

1.6.2.1. *Soft Power Diplomacy*

Menurut Nye (2004), *soft power* adalah kemampuan yang dimiliki oleh suatu negara untuk memperoleh hasil yang diinginkan dengan cara yang lunak tanpa melalui paksaan. Soft power telah menjadi alat yang efektif dan efisien untuk memproyeksikan serta mencapai kepentingan suatu negara. Namun, dalam membangun soft power, negara memerlukan sumberdaya dan reputasi yang secara signifikan berdampak pada aktor-aktor lainnya (Nye, 2004). Sebagai contoh, superioritas kekuatan militer Amerika Serikat membuat negara Liga-liga Arab segan untuk bertindak lebih terhadap Israel yang merupakan aliansi Amerika Serikat.

Indikator keberhasilan implementasi *Soft Power Diplomacy* diukur menggunakan empat domain yaitu, *Public Opinion*, *Foreign Policy*, *Attractiveness*, dan *Business and Trade* (Nye, 2004). Dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut: 1) *Public Opinion*, persepsi suatu kelompok masyarakat terhadap negara asing dalam hal – hal umum berkaitan dengan peran negara asing tersebut bagi negaranya. Kebijakan – kebijakan luar negeri negara asing terhadap negaranya, bantuan – bantuan dan kerjasama strategis yang dibentuk; 2) *Foreign Policy*, kebijakan luar negeri sebagai perilaku suatu negara terhadap hubungannya dengan negara lain

ataupun respon strategis suatu negara terhadap perilaku negara lain yang berdampak pada negaranya; 3) *Attractiveness*, interaksi adanya masyarakat yang masuk dan keluar dari suatu negara. daya tarik negara asing mendapat perhatian dari suatu negara, sehingga tercipta transaksi.; dan 4) *Business and Trade*, kegiatan kerja sama bisnis baik bilateral ataupun multilateral yang terjalin. Ekspor suatu negara lebih tinggi dari impor dinyatakan negara tersebut berhasil dalam hal diplomasinya.

1.6.2.2. Diplomasi Vaksin Tiongkok

Salah satu strategi diplomasi kesehatan yang dilakukan Tiongkok ialah diplomasi kesehatan menggunakan Vaksin sebagai alat diplomasinya. Vaksin merupakan bahan antigen yang digunakan untuk merangsang kekebalan aktif terhadap suatu penyakit (Wang & Shao, 2021). Tiongkok merupakan negara dengan tingkat persetujuan menjadi produsen nomor satu di (Wang & Shao, 2021). Data dari tahun 2011 – 2020 menunjukkan Tiongkok memiliki rata – rata dosis tahunan vaksin yaitu 769,66 juta dosis, dengan 14 jenis varian baru berhasil dikembangkan. Regulasi pembuatan vaksin di Tiongkok merupakan wewenang dari *National Medical Products Administration* (NMPA), dengan 22 peraturan utama menyangkut pengelolaan produksi, pengoperasian vaksin, pemantauan reaksi, dan persyaratan mutu uji. Tahun 2019, Tiongkok pertama kali mengumumkan Undang – undang Administrasi Vaksin Republik Rakyat Tiongkok untuk menstimulus perkembangan industri Vaksin.

Pandemi Covid-19 memberikan urgensi bagi pemerintah Tiongkok untuk memaksimalkan dan meningkatkan kemampuan industri produsen vaksin ke tahap

yang lebih besar lagi, selain untuk memenuhi kebutuhan imunisasi vaksin Dalam Negeri, Tiongkok berambisi untuk menjadi garda terdepan penyebaran Program Imunisasi Nasional di negara lain. Untuk mensukseskan rencana ambisius tersebut, Pemerintah Tiongkok memberikan dana hibah yang besar, regulasi dan fokus utama pada kualitas Vaksin Tiongkok.

1.6.3. *Nation Branding*

Nation Branding merupakan Citra negara yang menurut Martin dan Eriglou merupakan “*the total of all descriptive, inferential and informational beliefs one has about a particular country*” (akumulasi dari deskripsi, perhitungan statistik, dan keyakinan informasi terhadap negara tertentu) (dalam Fathia dkk., 2022). *Nation Branding*, merupakan strategi atau cara yang digunakan oleh suatu negara dalam meningkatkan atau menjaga reputasinya dikancah internasional (Lee, 2023).

Melalui *Nation Branding* suatu negara dapat merepresentasikan nilai, norma, orientasi, dan karakter melalui berbagai macam instrumen yang ada, seperti budaya, industri, infrastruktur, aktivitas kemanusiaan, dan struktur politik. *Nation Branding* juga berguna untuk mendukung tercapainya kepentingan suatu negara dalam dinamika politik internasional. Dalam *Nation Branding*, suatu negara berupaya untuk mempersepsikan dan memposisikan dirinya sebagai entitas yang unggul, kredibel, dan menguntungkan supaya prasangka positif dapat terbangun (Teslik, 2007). Sebagai contoh, Tiongkok melalui *Belt and Road Initiative*-nya ingin mempersepsikan serta memposisikan dirinya sebagai negara dengan kemampuan pembangunan infrastruktur terbaik. Kemudian, Singapura melalui

kondisi geografis yang strategis mempromosikan negaranya sebagai pusat transit dan perdagangan global.

Penelitian ini berfokus pada langkah Tiongkok dalam memulihkan *Nation Branding* nya yang memburuk akibat sentimen negatif yang menyalahkan Tiongkok sebagai Negara penyebab terjadinya pandemi Covid-19. Pemulihan *Nation Branding* yang dimaksudkan ialah dalam kerangka *Soft Power Diplomacy* dengan strategi Diplomasi Vaksin, mengambil sudut pandang respon negara Vietnam.

1.7. Definisi Operasional

1.7.1. Operasionalisasi Kebijakan Luar Negeri

Kebijakan luar negeri suatu negara terdiri dari strategi-strategi yang digunakan untuk melindungi kepentingan internasional dan domestiknya serta menentukan cara negara tersebut berinteraksi dengan aktor negara dan non-negara lainnya. Kebijakan Luar Negeri Tiongkok berlandaskan pada “*Five Principles of Peaceful Coexistence*” yaitu: Saling menghormati wilayah dan kedaulatan negara lain, non-agresi, non-intervensi, persamaan dan keuntungan bersama serta perdamaian.

1.7.2. Operasionalisasi *Soft Power Diplomacy*

Konsep soft power digunakan untuk membaca pengaruh yang ingin dicapai dari diplomasi vaksin terhadap kemampuan soft power yang dimiliki Tiongkok. Indikator keberhasilan implementasi *Soft Power Diplomacy* diukur menggunakan

empat domain yaitu, *Public Opinion*, *Foreign Policy*, *Attractiveness*, dan *Business and Trade*.

1.7.3. Operasionalisasi *Nation Branding*

Nation Branding, merupakan strategi atau cara yang digunakan oleh suatu negara dalam meningkatkan atau menjaga reputasinya dikancah internasional. Penelitian ini berfokus pada langkah Tiongkok dalam memulihkan *Nation Branding* nya yang memburuk. Pemulihan *Nation Branding* yang dimaksudkan ialah dalam kerangka *Soft Power Diplomacy* dengan strategi Diplomasi Vaksin, mengambil sudut pandang respon negara Vietnam

1.8. Argumen Penelitian

Tiongkok mendapatkan sentimen negatif dari masyarakat dunia, karena disinyalir menjadi tempat pertama penyebaran Covid-19. Akibatnya, *Nation Branding* Tiongkok memburuk, ditandai banyaknya ujaran kebencian dan propaganda yang dilakukan untuk membenci Tiongkok dan masyarakatnya. Memburuknya *Nation Branding* Tiongkok tidak hanya berdampak pada isu kesehatan saja, namun berefek kepada perdagangan dan bisnis, Pengaruh Tiongkok di negara – negara lain, dan keberlangsungan kerjasama – kerjasama strategis antar negara pun turut terdampak. Oleh sebab itu, merupakan hal yang sangat penting untuk segera dilakukan ialah melakukan langkah – langkah pemulihan *Nation Branding*. Salah satu strategi yang realistis diterapkan Tiongkok dalam jangka waktu yang relatif pendek ialah dengan Diplomasi Vaksin. Kesiapan Industri vaksin serta bantuan dana dari pemerintah Tiongkok, membuat peluang

pengimplementasian Diplomasi vaksin paling masuk akal untuk segera memulihkan *Nation Branding*-nya.

Diplomasi Vaksin ini merupakan salah satu bentuk *Soft Power Diplomacy* yang memiliki tujuan untuk memperoleh hasil yang diinginkan dengan cara yang lunak tanpa melalui paksaan. Keberhasilan strategi ini dapat diukur menggunakan empat dimensi yaitu, *Public Opinion*, *Foreign Policy*, *Attractiveness*, dan *Business and Trade*. Agar tidak melebar dan terlalu luas, pengukuran tingkat keberhasilan Tiongkok dalam menerapkan Diplomasi Vaksin ini, dilihat dari respon masyarakat Vietnam yang memiliki sejarah kedekatan sekaligus sejarah konflik dengan Tiongkok.

Penting bagi Tiongkok untuk memulihkan *Nation Branding* terutama di kawasan ASEAN, pasalnya negara seperti Vietnam, Thailand dan beberapa negara ASEAN merupakan mitra dagang utama Tiongkok yang terjalin sejak lama melalui *Belt Road Initiative*. Vietnam merupakan negara berbatasan langsung dengan Tiongkok, yang mana sejarah mencatat Jalur Sutra Inisiatif ditarik jauh hingga Abad kelima. Provinsi Yunnan dan Guangxi berbatasan langsung dengan Negara Laos, Vietnam dan Myanmar. Sungai Mekong dengan panjang 4,900 km terbentang melalui lima negara yaitu, Tiongkok, Laos, Myanmar, Thailand, Kamboja dan Vietnam. Tiongkok menganggap Jalur Sutra di Asia Tenggara sebagai Pusat Komersial dalam Perdagangan Tiongkok ke Luar negeri. Belum lagi, keinginan tinggi Tiongkok untuk memperlemah Pengaruh Amerika Serikat di kawasan ASEAN termasuk Vietnam. Di sisi Vietnam, adanya konflik LCS yang bertentangan dengan Tiongkok, membuat Vietnam beberapa momentum menjalin

kerjasama dengan Amerika Serikat bahkan Rusia. Hal ini membuat Tiongkok marah dan merasa harus mengalahkan pengaruh Amerika Serikat dan Rusia, agar menjadi pusat dari kerjasama strategis dengan Negara Kawasan ASEAN terutama Vietnam.

Sehingga, penting bagi studi hubungan internasional, yang mengangkat topik upaya pemulihan *Nation Branding* ditinjau dari sudut pandang Respon sebuah negara yang memiliki hubungan dualisme dengan Tiongkok. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini ialah, apakah upaya yang dilakukan Tiongkok untuk memulihkan *Nation Branding* dengan pelaksanaan diplomasi vaksin, yang merupakan bagian dari *Soft Power Diplomacy* efektif dilakukan dengan melihat dari respon Negara Vietnam.

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan model deskriptif-analitis. Berlandaskan filsafat positivisme, penelitian deskriptif kualitatif mengungkap fenomena alamiah dengan mengumpulkan dan menyusun secara sistematis sehingga dapat mendapatkan interpretasi data dengan komprehensif (Sugiyono, 2019). Hasil data berupa penggambaran dari fenomena yang diangkat, yang mana dalam penelitian ini, fenomena alamiah yang diangkat ialah respon Vietnam terhadap upaya pemulihan *Nation Branding* Tiongkok pasca Pandemi Covid-19. Sehingga, peneliti mengumpulkan, memeriksa dan menganalisis data – data relevan yang kemudian diinterpretasikan menjadi sebuah kesimpulan.

1.9.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan merupakan data deskriptif yang peneliti dapatkan dari sumber sekunder yang peneliti kumpulkan dari surat kabar, laporan-laporan relevan, jurnal penelitian dan juga buku.

1.9.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dilakukan secara kualitatif melalui pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan. Proses studi kepustakaan melibatkan pencarian, pemilihan, dan sintesis literatur yang mencakup jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber informasi lainnya (Sugiyono, 2019). Dengan merinci pandangan ilmiah yang telah ada, studi kepustakaan membantu peneliti dalam merumuskan pertanyaan penelitian yang relevan dan menyusun kerangka konseptual yang kokoh untuk mendukung metodologi penelitian yang akan diterapkan.

1.9.4. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang sudah dihimpun, penulis menggunakan teknik analisis secara kualitatif. Dalam teknik ini, penulis merupakan alat atau instrument utama yang berinteraksi dan menafsirkan data penelitian. Penulis menggunakan analisis data secara induktif dimana desain penelitian dapat disusun secara fleksibel sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dalam membaca data yang ada. Model analisis yang penulis gunakan ialah model Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2019), dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses pencarian dan penulisan data yang didapatkan dari sumber data tertentu, yang mana dalam penelitian ini menggunakan sumber sekunder yang terdiri atas, studi literatur, jurnal – jurnal penelitian relevan, surat kabar elektronik, buku dan sumber-sumber sekunder lain yang memiliki kredibilitas baik.

2. Reduksi Data

Setelah proses pengumpulan data selesai, penulis mereduksi data yang merupakan proses pemilahan, pencatatan, dan pengklasifikasian data – data yang didapatkan, agar data yang didapatkan sesuai dan memenuhi kebutuhan yang diperlukan untuk melakukan intepretasi data.

3. Penyajian Data

Oleh karena jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, maka data yang telah direduksi, disajikan dalam bentuk penggambaran sesuai dengan tema - tema yang diungkap.

4. Kesimpulan dan Verifikasi Data

Proses terakhir ialah penarikan kesimpulan berdasarkan display data yang ada. proses ini melibatkan ketajaman peneliti dalam mengambil kesimpulan berdasarkan fakta – fakta empiris, untuk diambil kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian.