
STRATEGI PEMASARAN CINA: MENGGABUNGKAN BUDAYA DAN TEKNOLOGI UNTUK MEMENANGKAN PASAR GLOBAL

Viant Anggi Saputra
Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta
email: viantanggisaputra@uny.ac.id

Abstract: *This study examines the marketing strategies of Chinese cultural and technological products in the global market, focusing on the challenges and opportunities faced by Chinese companies. The general issue raised is how China can leverage its cultural heritage and technological innovation to enhance the competitiveness of its products in the international market, amidst the negative stigma related to human rights violations and concerns about national security. The purpose of this study is to explore and analyze the marketing strategies implemented by Chinese companies, as well as to understand international consumers' perceptions of Chinese cultural and technological products. The research method used is a qualitative approach, with data collection techniques through case studies of companies that have successfully marketed their products, as well as document analysis related to industry reports and government policies. The results of the study show that Chinese companies that are successful in marketing their cultural and technological products have adopted strategies that integrate local cultural elements with innovation in marketing. In addition, the role of the government in supporting product marketing has also proven significant in enhancing the competitiveness of Chinese products in the global market. This study provides comprehensive insights into how China can overcome challenges and exploit opportunities in marketing cultural and technological products internationally.*

Keyword: *marketing, cultural products, marketing strategies, innovation, global markets..*

Abstrak: Penelitian ini membahas strategi pemasaran produk budaya dan teknologi Cina di pasar global, dengan fokus pada tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan Cina. Permasalahan umum yang diangkat adalah bagaimana Cina dapat memanfaatkan warisan budaya dan inovasi teknologi untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional, di tengah stigma negatif terkait pelanggaran hak asasi manusia dan kekhawatiran mengenai keamanan nasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan Cina, serta memahami persepsi konsumen internasional terhadap produk budaya dan teknologi Cina. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui studi kasus terhadap perusahaan-perusahaan yang berhasil memasarkan produk mereka, serta analisis dokumen terkait laporan industri dan kebijakan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan Cina yang sukses dalam pemasaran produk budaya dan teknologi mereka telah mengadopsi strategi yang mengintegrasikan elemen budaya lokal dengan inovasi dalam pemasaran. Selain itu, peran pemerintah dalam mendukung pemasaran produk juga terbukti signifikan dalam meningkatkan daya saing produk Cina di pasar global. Penelitian ini memberikan wawasan yang komprehensif tentang bagaimana Cina dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam pemasaran produk budaya dan teknologi di tingkat internasional.

Kata kunci: pemasaran, produk budaya, strategi pemasaran, inovasi, pasar global.

PENDAHULUAN

Cina tidak pernah kehilangan kebanggaan dalam sejarah budaya yang kaya dan menghormati sejarah, walau terlepas dari masa kehancuran pemikiran dan teks yang hilang selama beberapa dekade yang membawa Cina pada masa kehampaan selama 1 abad. Setelah berdirinya China yang baru, Cina yang lama memulai perjalanan mereka ke industrialisasi baru yang modern sebagai intinya (Kloosterman & Koetsenruijter, 2018). Proses industrialisasi China dapat dibagi dalam dua periode besar yang penting, yakni 1949-1978, sebagai periode industrialisasi sosialis-tradisional, yang kedua adalah 1979, untuk periode industrialisasi dengan karakteristik Cina (Power & Scott, 2004). Jalan industrialisasi sosialisme berkarakteristik Cina mencapai sukses besar. Selama beberapa dekade terakhir, globalisasi dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah sangat mengubah organisasi spasial ekonomi dunia (Zhang & Dai, 2021).

Transformasi produksi budaya dan kreatif dan proliferasi kegiatan budaya lintas batas telah menarik perhatian banyak disiplin ilmu sosial (Hoyler & Watson, 2018). Cina memiliki warisan budaya yang kaya yang mencakup berbagai bentuk seni, sastra, musik, tari, dan arsitektur. Beberapa contoh produk budaya Tiongkok termasuk lukisan tradisional Tiongkok, kaligrafi, porselen, tekstil sutra, ukiran batu giok, dan pakaian bordir tangan. Seni bela diri Tiongkok dan pengobatan tradisional Tiongkok juga dianggap sebagai produk budaya. Selain itu, China memiliki sejarah panjang film dan bioskop, dan memproduksi banyak film dan acara TV populer yang dinikmati baik di dalam negeri maupun internasional. Kebudayaan China sendiri telah mengakar kuat tidak hanya bagi masyarakat China sendiri, akan tetapi telah menyebar ke seluruh dunia. Dengan banyaknya imigran China yang tersebar di seluruh dunia,

menjadikan budaya China bukanlah sebuah hal yang asing bagi masyarakat internasional. Hampir di setiap kota, tempat, wilayah bahkan negara memiliki pecinan (wilayah khusus pemukiman warga China). Atraksi barongsai, qipao (dikenal juga dengan nama cheongsam), film “Crouching Tiger Hidden Dragon”, hingga Jet Li dan Jacky Chen telah ikut mendunia. Budaya China sesungguhnya bukan hal yang asing bagi masyarakat dunia. Sejarah kuno China dan budaya tradisional dipandang oleh kebanyakan ahli sebagai sumber berharga soft power untuk menarik tidak hanya negara tetangga di Asia Timur tetapi juga di lingkup komunitas internasional yang lebih luas (Watson & Beaverstock, 2016).

Kota dan wilayah tertentu yang diberkahi dengan aset kompetitif, seperti sumber daya manusia yang sangat terampil, biaya produksi yang lebih rendah, sumber daya budaya yang unik, atau insentif kebijakan yang menarik, menjadi tempat sentral di mana sebagian besar pekerja kreatif dan perusahaan berkonsentrasi (Choo & Currid-Halkett, 2018). Hal ini memiliki dampak positif terhadap perkembangan industri yang dimiliki Cina dari sumber daya masyarakat dengan populasi yang tinggi serta wilayah yang luas sehingga mampu mengembangkan industri secara signifikan. Seperti yang dilakukan sejumlah negara maju dalam memproduksi dan mengekspor produk budaya dan kreatif (misalnya, Amerika Serikat), ada kelangkaan studi yang mengeksplorasi di ekonomi perifer yang berkembang. Misalnya, sering digambarkan sebagai proses Westernisasi atau Amerikanisasi (Choo & Currid-Halkett, 2018), meskipun beberapa negara berkembang (misalnya, Korea Selatan, India, dan Cina) menjadi pemain penting dalam CCIs, menantang mantan inti dari pembagian kerja budaya global (Kloosterman & Koetsenruijter, 2018).

Terlepas dari pengembangan budaya, peningkatan industri di bidang pengembangan teknologi menjadi

partisipasi aktif Tiongkok dalam GVC dan dalam ekonomi tak berwujud global bagian dari ekonomi global yang menyangkut aset kekayaan intelektual, standar teknologi, dan elemen produksi lainnya yang tidak terbatas pada produk fisik dan komponennya memiliki potensi untuk secara signifikan meningkatkan otonomi dan pengaruhnya dalam ekonomi global dengan memungkinkan perusahaan Tiongkok untuk bersaing dengan saingan Amerika mereka di industri yang relevan dengan keamanan nasional seperti semi-konduktor dan telekomunikasi (Malkin, 2022).

Perusahaan teknologi, internet, dan telekomunikasi China termasuk yang terbesar dan paling inovatif di dunia. Mereka sangat kompetitif, dan banyak yang menjadi pemimpin dalam penelitian dan pengembangan. Mereka telah memainkan peran sentral dalam membawa manfaat teknologi modern kepada ratusan juta orang, terutama di negara berkembang. Sebagai fungsi dari skala dan ruang lingkup mereka yang semakin global, raksasa teknologi China dapat mengerahkan tingkat pengaruh yang meningkat atas industri dan pemerintah di seluruh dunia. Hubungan erat antara perusahaan Tiongkok dan Partai Komunis Tiongkok (PKT) berarti bahwa perluasan raksasa teknologi Tiongkok lebih dari sekadar perdagangan. Ekspansi global 12 perusahaan teknologi terbesar dan paling berpengaruh di China, di berbagai sektor.

Semua perusahaan Tiongkok tunduk pada undang-undang keamanan, intelijen, kontra-spionase, dan keamanan siber Tiongkok yang semakin ketat (*Huawei and the Ambiguity of China's Intelligence and Counter-Espionage Laws* | *The Strategist*, n.d.). Itu termasuk, misalnya, persyaratan dalam konstitusi PKT untuk perusahaan mana pun dengan tiga atau lebih anggota partai penuh untuk menjadi tuan rumah komite internal partai, klausul dalam Undang-Undang Perusahaan yang mengharuskan perusahaan untuk menyediakan aktivitas pesta berlangsung dan persyaratan dalam Undang-Undang Intelijen Nasional untuk

bekerja sama dan menyembunyikan keterlibatan dalam pekerjaan intelijen (Jaisal, 2020). Beberapa perusahaan secara

langsung terlibat dalam pelanggaran hak asasi manusia di Tiongkok, termasuk penahanan yang dilaporkan terhadap hingga 1,5 juta Muslim Uyghur di Xinjiang. Dari pemantauan komunikasi hingga pengenalan wajah yang memungkinkan pengawasan yang tepat dan meluas, teknologi canggih dari perusahaan ini dan perusahaan lain sangat penting bagi jaring pengawasan yang semakin tak terhindarkan yang telah dibuat PKT untuk beberapa warga Tiongkok. Tahun 2015, Tiongkok menempati peringkat terakhir dalam Indeks Freedom on the Net tahunan. PKT tidak merahasiakan keinginannya untuk mengeksport konsep 'kedaulatan' internet dan informasinya, serta penyensoran dunia maya di seluruh dunia. Perusahaan-perusahaan Tiongkok memainkan peran dalam membantu pengawasan dan menyediakan teknologi dan keahlian keamanan publik yang canggih kepada rezim otoriter dan negara-negara berkembang yang menghadapi tantangan terhadap stabilitas politik, tata kelola, supremasi hukum dalam operasi dan investasi internasional dari 12 perusahaan teknologi besar Tiongkok: Huawei, ZTE, Tencent, Baidu, China Electronics Technology Group Corporation (CETC), Alibaba, China Mobile, China Telecom, China Unicom, Wuxi, Hikvision, dan BGI.

Dalam era globalisasi yang semakin pesat, pemasaran budaya dan produk kreatif Cina telah menjadi sorotan utama di panggung internasional. Meskipun Cina memiliki warisan budaya yang kaya dan beragam, tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk budaya dan teknologi di pasar global sangat kompleks. Persaingan yang ketat, pergeseran preferensi konsumen, serta isu-isu terkait hak asasi manusia dan keamanan nasional menjadi faktor yang mempengaruhi citra dan penerimaan produk Cina di luar negeri. Selain itu,

dominasi perusahaan teknologi Cina dalam industri telekomunikasi dan media juga menimbulkan kekhawatiran di kalangan negara-negara lain, yang dapat

mempengaruhi strategi pemasarannya.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana Cina memanfaatkan warisan budaya dan inovasi teknologi dalam strategi pemasaran produk budaya dan kreatifnya di pasar global. Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan Cina dalam memasarkan produk, serta persepsi konsumen internasional terhadap produk budaya dan teknologi Cina, menjadi fokus utama. Selain itu, peran pemerintah Cina dalam mendukung pemasaran produk budaya dan teknologi di pasar global juga perlu dianalisis, mengingat kebijakan yang diterapkan dapat mempengaruhi daya saing produk Cina. Dengan demikian, rumusan masalah yang akan dibahas mencakup bagaimana Cina memanfaatkan warisan budaya dan inovasi teknologi, tantangan dalam pemasaran, serta peran pemerintah dalam mendukung strategi pemasaran produk budaya dan teknologi Cina.

METODE

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi pemasaran produk budaya dan teknologi Cina di pasar global. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti, serta untuk menggali perspektif dari berbagai sumber yang relevan. Data akan dikumpulkan melalui teknik studi kasus dan analisis dokumen.

Studi kasus akan dilakukan terhadap beberapa perusahaan Cina yang berhasil memasarkan produk budaya dan teknologi mereka di pasar internasional. Analisis ini bertujuan untuk memahami praktik terbaik dan strategi yang efektif yang diterapkan oleh perusahaan-

perusahaan tersebut (Kloosterman and Koetsenruijter 2018). Selain itu, peneliti juga akan menganalisis dokumen-dokumen terkait, seperti laporan industri, artikel akademik, dan kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan pemasaran produk budaya dan teknologi Cina. Dokumen-dokumen ini akan memberikan konteks yang lebih luas mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan Cina dalam memasarkan produk (Zhang and Dai 2021).

Data yang diperoleh dari studi kasus dan analisis dokumen akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Peneliti akan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data, serta menghubungkannya dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Proses ini akan melibatkan pengkodean data, pengelompokan tema, dan penarikan kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh (Flew 2016). Untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian, peneliti akan melakukan triangulasi data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Dengan menggunakan metode penelitian ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang strategi pemasaran produk budaya dan teknologi Cina, serta tantangan dan peluang yang dihadapi di pasar global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budaya dan Produk Budaya (penetrasi di pasar hiburan, dll.)

Dalam menunjang industri tersebut banyak hal yang dilakukan oleh pemerintah china di lihat dari hasil penelitian Xie (Flew, 2016), soft power dan diplomasi budaya adalah bahwa, ketika penggunaan istilah "soft power" telah meningkat, telah terjadi pengaburan spesifik seputar definition istilah menemukan bahwa pencarian di China National Knowledge Infrastructure (CNKI) koleksi digital artikel jour- nal

berbahasa Mandarin terbesar di dunia untuk artikel dengan "soft power" dalam judul menghasilkan 1777 entri sejak tahun 2000. Ada hingga 50 pusat universitas dan lembaga think tank pemerintah di China yang dikhususkan untuk studi diplomasi publik dan soft power, yang sebagian besar telah didirikan setelah tahun 2000. Soft power juga menjadi topik penting bagi literatur populer serta berbagai indikator yang dikembangkan oleh lembaga think tank. Institute for Government menyiapkan Indeks Soft Power pada tahun 2010 yang memberi peringkat 26 negara di enam kategori soft power dan 27 indikator kinerja. Metrik performa yang digunakan meliputi:

1. Budaya. Tingkat pariwisata masuk, jangkauan internasional media yang disponsori negara, jumlah koresponden asing di negara ini, penggunaan bahasa nasional internasional, dan jumlah medali emas Olimpiade musim dingin dan musim panas;
2. Diplomasi. Bantuan asing sebagai persentase produk domestik bruto (PDB), jumlah bahasa yang digunakan oleh kepala pemerintahan, ketatnya persyaratan visa, peringkat "merek" nasional, dan jumlah misi budaya khusus di luar negeri;
3. Pemerintah. Posisi pada indeks Pembangunan Manusia Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), posisi pada indeks Good Governance Bank Dunia, posisi pada indeks Freedom House tentang kebebasan dan kebebasan politik, ukuran kepercayaan pada pemerintah, dan ukuran kepuasan hidup pribadi;
4. Pendidikan. Jumlah universitas di The Times Higher Education top 200, jumlah mahasiswa asing yang belajar di universitas suatu negara, dan jumlah "think tank" di suatu negara;
5. Bisnis/inovasi. Jumlah paten internasional sebagai persentase dari PDB, daya saing bisnis yang diukur dengan indeks Daya Saing Global Forum Ekonomi Dunia, tingkat

korupsi yang diukur oleh Transparency International, indeks inovasi

6. Tindakan subjektif. Kualitas output budaya yang tinggi dan populer, kualitas makanan dan minuman nasional, daya tarik internasional relatif dari selebriti nasional, kualitas yang dirasakan dari maskapai nasional, reputasi kedutaan besar suatu negara, dan efektivitas global yang dirasakan dari kepala pemerintahan nasionalnya.

Serangkaian metrik yang sangat luas untuk mencoba mengukur kekuatan lunak relatif suatu negara. Ini juga cenderung mendukung kekuatan Eropa yang sudah lama berdiri. Dalam Indeks Kekuatan Lunak Institute for Government, Inggris dan Prancis terikat untuk peringkat pertama, diikuti oleh Amerika Serikat, Jerman, dan Swiss. China berada di peringkat 17, India 23, dan Rusia 26 (Mcclory, n.d.). Melalui rancangan tersebut China telah melihat pertumbuhan pesat di industri media dan hiburan dalam beberapa tahun terakhir. Ini diproyeksikan untuk naik pada tingkat pertumbuhan tahunan gabungan 8,8% selama periode 5 tahun ke depan, naik dua kali lebih cepat dari seluruh dunia, diperkirakan akan tumbuh pada tingkat 4,4%. Pertumbuhan ini didorong oleh daya beli kelas menengahnya yang meningkat, sekarang dengan populasi melebihi 770 juta. Pada tahun 2016, China melonjak melewati Jepang sebagai pasar M&E terbesar di kawasan Asia Pasifik dan terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat.

Produk Budaya China yang diketahui sampai saat ini berupa suatu karya yang terbagi kedalam beberapa produk kesenian di antaranya:

1. Lukisan Tradisional Cina: Ini sering dilakukan di atas kertas nasi atau sutra dan menggambarkan pemandangan, burung dan bunga, figur, dan kaligrafi.
2. Kaligrafi Cina: Kaligrafi Cina adalah bentuk seni kuno yang melibatkan

- penulisan karakter Cina menggunakan kuas dan tinta.
3. Porselen Cina: Dikenal sebagai "emas putih", porselen Cina terkenal dengan keindahan, tembus cahaya, dan kekuatannya yang halus.
 4. Tekstil Sutra: Cina memiliki sejarah panjang dalam produksi sutra, dan tekstil sutra dianggap sebagai salah satu produk budaya terpenting negara itu.
 5. Ukiran Giok: Giok adalah bahan yang sangat dihargai di Cina, dan ukiran batu giok telah dibuat selama ribuan tahun.
 6. Seni bela diri Tiongkok: Kung fu, chi, Wushu adalah seni bela diri Tiongkok yang terkenal di dunia, mereka dapat dilakukan sebagai olahraga, pertahanan diri, kebugaran fisik, dan kegiatan budaya.
 7. Pengobatan tradisional Tiongkok: Akupunktur, herbologi Tiongkok, dan Tui na adalah pengobatan tradisional Tiongkok yang paling terkenal. Mereka dianggap sebagai budaya tradisional Tiongkok.
 8. Opera Cina : Opera Beijing, opera Sichuan, dan opera Peking adalah opera tradisional Tiongkok yang paling terkenal. Mereka terkenal dengan nyanyian, akting, dan seni bela diri mereka.

Pemerintah China telah mengakui tren ini, dan telah berusaha untuk memanfaatkan dan memperluasnya. Dalam Rencana Lima Tahun ke-12 (2011–2015) China menyatakan tujuannya untuk memiliki "sektor budaya," yang mencakup industri-nya, menjadi mesin pertumbuhan yang lebih kuat bagi perekonomiannya. Dalam Rencana itu, sektor budaya Tiongkok mencakup akses Internet, iklan Internet, langganan TV dan biaya lisensi, hiburan yang difilmkan, penerbitan surat kabar, dan musik. Administrasi Perdagangan Internasional (ITA) Departemen Perdagangan AS, dalam snap-shot-nya dari industri AS, berfokus pada sektor hiburan, musik, video game, dan

publikasi yang difilmkan, serta tren digital global yang "menghubungkan AS dengan dunia" dan "memperkuat peran industri sebagai pemimpin yang dihormati dalam penciptaan dan distribusi budaya." Industri AS adalah yang terbesar di seluruh dunia, dan diperkirakan akan mencapai US\$771 miliar pada tahun 2019; Industri China berada di jalur yang tepat untuk mencapai US\$242 miliar pada tahun 2019 (De Ritis & Si, 2016). Edisi Khusus ini terdiri dari enam artikel double-blind peer review yang menampilkan kekuatan media dan budaya hiburan Tiongkok, semangat hukum Tiongkok sehubungan dengan kekayaan intelektual dan hak kepemilikan individu, industri film global, produksi film Tiongkok-AS, ekosistem musik digital Tiongkok, dan peran penggemar Tiongkok yang terus berkembang sebagai co-creator konten.

Untuk menilai dan memahami kemampuan industri China untuk menciptakan/berinovasi, memproduksi, menyebarkan, dan mendapatkan pengembalian investasi, pada dasarnya adalah untuk mengukur efektivitas kekuatan budayanya, dan hingga saat ini, China mengakui bahwa ia dihadapkan pada defisit perdagangan budaya. Pengaruh budaya luar, terutama budaya Barat yang diimpor oleh Cina, jauh melebihi ekspor budaya Cina (dan karena itu pengaruhnya) di seluruh dunia. China ingin meningkatkan ekspor produk, layanan, dan cara hidup media, cul- tural, dan industri kreatifnya untuk mengkalibrasi ulang keseimbangan ini.

China menyadari bahwa mereka perlu belajar. Ia juga mengakui bahwa ia memiliki banyak hal untuk ditawarkan sebagai imbalan, terutama insentif dari pasarnya yang luas ke dunia luar, di mana ia menjaga ketat con- trol. Weiyang Peng, Queensland University of Technology, Australia, dalam makalahnya "Sino-US film coproduction: A global media primer," mengilustrasikan konsep "coopetition" (kolaborasi antara pesaing bisnis) antara Amerika Serikat dan China dalam indus- try film global. Amerika

Serikat menginginkan akses ke pasar Cina untuk sinema (yang diproyeksikan tumbuh setiap tahun sebesar 18,9% hingga 2020), dan Cina ingin belajar tentang pendekatan Hollywood terhadap distribusi global tidak hanya untuk keuntungan finansial segera, tetapi juga untuk pengaruh jangka panjangnya di dunia melalui distribusi budayanya. "Pemerintah Cina ingin meminjam 'perahu' Hollywood untuk mengirim budaya Cina ke seluruh dunia."

Dominasi Industri Teknologi Komunikasi

Dalam promosi budaya serta industri kreatif tidak luput dengan teknologi media komunikasi. Dominasi Teknologi Telekomunikasi China telah menjadi pemain dominan dalam industri teknologi telekomunikasi dalam beberapa tahun terakhir. Dominasi ini sebagian besar disebabkan oleh investasi strategis pemerintah di industri dan kebangkitan perusahaan teknologi China seperti Huawei, ZTE, dan Xiaomi. Salah satu bidang utama di mana Cina menjadi dominan adalah dalam produksi peralatan telekomunikasi. Perusahaan China seperti Huawei dan ZTE sekarang menjadi salah satu produsen peralatan telekomunikasi terbesar di dunia, dan mereka telah mampu menangkap pangsa pasar global yang signifikan. Mereka juga berinvestasi besar-besaran dalam penelitian dan pengembangan untuk tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan di bidang-bidang seperti teknologi 5G.

Area lain di mana Cina menjadi dominan adalah di bidang perangkat seluler. Perusahaan China seperti Huawei, Oppo, Vivo, dan Xiaomi sekarang menjadi beberapa produsen smartphone terbesar di dunia dan telah merebut pangsa pasar global yang signifikan. Dominasi Cina dalam industri teknologi telekomunikasi juga telah menyebabkan peningkatan ekspor peralatan telekomunikasi dan perangkat seluler buatan China ke negara lain, dan telah membantu menjadikan China sebagai pemain utama di pasar teknologi global. Namun, dominasi ini telah disambut

dengan beberapa kekhawatiran dan kontroversi, terutama mengenai potensi risiko keamanan nasional yang ditimbulkan oleh peralatan telekomunikasi China dan ketegangan perdagangan yang sedang berlangsung antara China dan negara lain.

Teknologi Generasi ke-5 (5G) dalam telekomunikasi mengumpulkan perhatian besar dari seluruh dunia dari antara aktor-aktor besar Negara dan non-Negara dan berbagai disiplin ilmu mulai dari teknologi hingga ilmu sosial. Relevansi memiliki pemahaman yang bernuansa tentang perkembangan di bidang ini dan dampaknya dalam politik internasional dapat ditangkap oleh referensi sejarah sederhana untuk Perang Dunia II. Upaya yang berhasil, selama perang, oleh matematikawan Inggris dan Polandia dan ahli kriptografi untuk mencegat dan menguraikan sistem komunikasi Jerman yang dienkripsi dengan mesin tik Enigma membatasi permusuhan antara Jerman dan pasukan sekutu selama dua tahun (Lycett, 2011). Penggunaan mesin Enigma terbatas pada kegiatan militer dan strategis, sedangkan 5G teknologi telekomunikasi dapat ada di mana-mana di sekitar kita, mulai dari handset seluler, layanan pemantauan lalu lintas, layanan militer, robotika, teknologi berbasis drone, sektor medis, pengiriman layanan otomatis lintas platform dan sebagainya. Ini adalah satu langkah lebih dekat untuk mencapai tujuan mendirikan internet of things (IoT) dan dapat memberikan kecepatan sepuluh hingga dua puluh kali lebih cepat daripada jaringan saat ini, sehingga membuka perbatasan baru dalam komunikasi nirkabel.1 Dalam latar belakang inilah yang meningkat antara China dan Amerika Serikat harus dinilai, dengan tulang pertikaian adalah raksasa teknologi Cina Huawei Technologies Co., Ltd. yang, pada saat ini, adalah produsen peralatan telekomunikasi terbesar di dunia.

Perkembangan pesat Raksasa telekomunikasi China Huawei telah menderita jenis publisitas yang tidak akan pernah diterima oleh perusahaan

mana pun. Dalam waktu singkat, Australia, Selandia Baru, dan Jepang semuanya telah melarang Huawei untuk mengambil bagian dalam development jaringan 5G karena masalah keamanan. British Telecom (BT) Inggris, yang telah menggunakan peralatan Huawei di jaringan intinya selama dekade terakhir, telah mengumumkan bahwa mereka tidak akan menggunakan peralatan Huawei di jaringan 5G-nya, dan mengeluarkan peralatan Huawei dari jaringan 3G dan 4G-nya. Pada bulan Desember, kepala dinas intelijen Inggris, Kanada, dan sekutu lainnya menyatakan keprihatinan tentang ancaman keamanan yang ditimbulkan oleh teknologi Tiongkok (Nigel Inkster, 2019). Perkembangan ini menunjukkan bahwa Amerika Serikat telah mencambuk sekutu utamanya ke dalam barisan. Sementara itu, Komisaris Eropa untuk Pasar Tunggal Digital Andrus Ansip menyatakan bahwa UE harus khawatir tentang ancaman yang ditimbulkan oleh Huawei dan perusahaan teknologi China lainnya terhadap industri dan keamanan blok tersebut. Di Tiongkok sendiri, menurut data terbaru, jumlah total pelanggan China Mobile telah mencapai 967 juta. Operator ini disebut memiliki peningkatan bersih 202.000 bulan ini dan peningkatan bersih kumulatif 9,706 juta tahun ini. Jumlah kumulatif pengguna paket 5G kini mencapai 495 juta.

Jaringan komunikasi nirkabel generasi kelima (5G) sedang digunakan di seluruh dunia mulai tahun 2020 dan lebih banyak kemampuan sedang dalam proses distandarisasi, seperti konektivitas massal, ultra-keandalan, dan latensi rendah yang terjamin. Namun, 5G tidak akan memenuhi semua persyaratan masa depan pada tahun 2030 dan seterusnya, dan jaringan komunikasi nirkabel generasi keenam (6G) diharapkan dapat memberikan jangkauan global, peningkatan efisiensi spektral/energi/biaya, tingkat kecerdasan dan keamanan yang lebih baik, dll. Untuk memenuhi persyaratan ini, jaringan 6G akan mengandalkan teknologi baru yang memungkinkan, yaitu, antarmuka udara

dan teknologi transmisi dan arsitektur jaringan baru, seperti desain bentuk gelombang, akses ganda, skema pengkodean saluran, teknologi multi-antena, pengirisan jaringan, arsitektur bebas sel, dan komputasi awan / kabut / tepi. Visi kami tentang 6G adalah bahwa ia akan memiliki empat perubahan paradigma baru. Pertama, untuk memenuhi persyaratan jangkauan global, 6G tidak akan terbatas pada jaringan komunikasi terestrial, yang perlu dilengkapi dengan jaringan non-terestrial seperti jaringan komunikasi satelit dan kendaraan udara tak berawak (UAV), sehingga mencapai jaringan komunikasi terintegrasi ruang-udara-darat-laut. Kedua, semua spektrum akan sepenuhnya dieksplorasi untuk lebih meningkatkan kecepatan data dan kepadatan koneksi, termasuk sub-6 GHz, gelombang milimeter (mmWave), terahertz (THz), dan pita frekuensi optik. Ketiga, menghadapi kumpulan data besar yang dihasilkan oleh penggunaan jaringan yang sangat heterogen, skenario komunikasi yang beragam, sejumlah besar antena, bandwidth lebar, dan persyaratan layanan baru, jaringan 6G akan memungkinkan berbagai aplikasi pintar baru dengan bantuan kecerdasan buatan (AI) dan teknologi data besar. Keempat, keamanan jaringan harus diperkuat saat mengembangkan jaringan 6G. Jelas, 6G dengan persyaratan teknis tambahan di luar 5G akan memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan lebih lanjut sejauh batas antara dunia fisik dan dunia maya menghilang (You et al., 2021).

Pengembangan teknologi yang pesat ini akan mempengaruhi tingkat persaingan di industri teknologi, dapat dilihat pada era pasca Perang Dingin, peran AS atau kebijakan AS terhadap Cina dan juga Taiwan sangat kuat diwarnai dengan karakter yang mendua. Makna dari kebijakan ini adalah jika Taiwan menyatakan kemerdekaan maka hal tersebut bukan karena peran AS, demikian juga jika Cina mengerahkan kekuatan militernya untuk menginvasi Taiwan maka AS tidak terlibat didalamnya.

Kebijakan AS ini adalah semata-mata untuk memperkecil crossstrait tensions tanpa harus menempatkan AS ditengah-tengah konflik Cina-Taiwan secara langsung. Hal ini merupakan kebijakan dual deterrence, yang bergantung kepada fakta bahwa Cina dan Taiwan dapat memprediksi reaksi AS untuk mengganggu kestabilan status quo, serta membuat para pembuat kebijakan AS memiliki harapan bahwa dengan kebijakan yang mendua atau bermakna ketidakpastian "Uncertainty" ini akan dapat menghindarkan kedua belah pihak, baik Cina (People Republic of China) maupun Taiwan (Republic of China) dari hal-hal yang mengganggu kondisi status quo. Kebijakan ini ditempuh pihak AS untuk menyeimbangkan kepentingan AS dengan kedua pihak yaitu Cina dan Taiwan, dan secara bersamaan memelihara kredibilitas, perdamaian dan stabilitas di kawasan. Dengan kemajuan Cina di bidang pengembangan teknologi, khususnya teknologi antariksa membuat AS lebih meningkatkan peran internasional untuk fokus kepada pencegahan terhadap upaya Cina dalam mengejar hegemoni. Karena dengan kemampuan militer yang dimilikinya Cina dapat melebarkan pengaruhnya, bahkan jika diperlukan dapat bertindak Unilateral ataupun bersama-sama Rusia atau negara-negara lain yang kemudian dapat mengancam kepentingan AS. Melihat kemampuan Cina yang secara aktif melakukan upaya peningkatan kekuatan khususnya pembangunan persenjataan angkasa antariksa yang lebih maju akan dapat menandingi era teknologi AS yang kuat (Sudjatmiko, 2005).

Pembangunan infrastruktur komunikasi melalui bantuan teknis dan kemitraan publik-swasta; mempromosikan kebijakan regulasi digital yang digerakkan oleh pasar; dan membangun kapasitas keamanan siber mitra untuk mengatasi ancaman umum. Pemerintah AS memprakarsai inisiatif kota pintar pada KTTAS-AS ke-6. Wakil Presiden Pence mengumumkan pada KTT

"Kemitraan Kota Cerdas AS-ASEAN baru yang akan membantu pemerintah kota memajukan transformasi digital sistem perkotaan dan meningkatkan keterlibatan komersial AS-ASEAN dalam ekonomi digital. Investasi awal dalam program ini adalah diumumkan menjadi US\$10 juta (Harding, 2019). Amerika Serikat juga menandatangani Nota Kesepahaman dengan Singapura untuk mengembangkan "kegiatan bersama di bidang-bidang penting seperti infrastruktur, energi, teknologi keuangan, e-commerce, dan memajukan kota pintar melalui platform kolaborasi komersial yang ditingkatkan. Amerika Serikat Badan Perdagangan dan Pengembangan (USTDA) menyetujui pendanaan untuk bantuan teknis-ance ke Filipina untuk penyebaran Jaringan Broadband Nasional mereka dan meningkatkan adopsi komputasi awan. Pemerintah AS dan sekutu telah bekerja untuk mendorong Huawei Marine keluar dari kabel bawah laut internasional projects. Mereka berhasil setidaknya dalam satu proyek internasional dan mencoba gagal untuk menggagalkan yang lain. Upaya yang gagal itu adalah kasus di mana Amerika Serikat, Australia, dan Jepang mencoba membatalkan kesepakatan kabel bawah laut antara Huawei Marine dan Papua Nugini (Plan et al., 2012).

Kongres AS mengambil tindakan untuk menghilangkan kerentanan rantai pasokan yang timbul dari peralatan dan layanan pengawasan telekomunikasi dan video Tiongkok yang digunakan di lembaga eksekutif AS dengan mengesahkan Bagian 889 dari NDAA 2019. Visi pro mewajibkan badan eksekutif AS untuk menutup perusahaan China tertentu dari pengadaan resmi peralatan dan layanan telekomunikasi dan pengawasan video mulai Agustus 2019 dan kemudian melarang agen e-xecutive AS menandatangani kontrak atau memperpanjang atau memperbarui kontrak dengan entitas yang menggunakan peralatan dan layanan di atas mulai Agustus 2020. Cabang eksekutif AS juga membuat keputusan

untuk tidak membiarkan Huawei menawar bagian dari jaringan 5G Amerika. Juga telah dilaporkan bahwa pada Juli 2018, Amerika Serikat dan anggota Five Eyes lainnya mengadakan pertemuan tahunan mereka di Halifax, Kanada, dan memutuskan tindakan bersama untuk mencoba memblokir (Huawei) dari membangun jaringan baru di Barat.

Hasil potensial dari persaingan jaringan digital AS-China kemungkinan akan memiliki konsekuensi ekonomi dan keamanan yang signifikan. Aliran pendapatan yang dihasilkan oleh paten teknologi 5G dan akses data yang disebabkan oleh penyebaran infrastruktur jaringan digital China dapat menguntungkan perusahaan China dan akibatnya merugikan perusahaan AS. Proliferasi infrastruktur jaringan digital Tiongkok yang relatif murah di negara-negara various akan memungkinkan otoritas keamanan Tiongkok untuk secara substansial meningkatkan kesadaran digital mereka yang dapat terbukti penting di era perang siber dan jaringan. Dengan demikian, persaingan penjualan global di antara perusahaan TIK terkemuka atas infrastruktur jaringan digital adalah masalah strategis yang sangat konsekuensial yang akan berdampak drastis pada kontes dominasi dalam digital domain informasi.

Beijing Terhadap Isu-Isu Internasional

Perkembangan teknologi yang pesat di China tidak hanya membawa dampak positif, namun menimbulkan banyak kontroversi mengenai pelanggaran hak bagi pekerja di beberapa perusahaan dan ras khususnya di Xinjiang. Banyak teknik dan teknologi represif yang diterapkan perusahaan China di luar negeri telah lama digunakan pada warga negara China. Secara khusus, wilayah Tibet dan Xinjiang sering berada di ujung tombak inovasi teknologi China.

Keterlibatan raksasa teknologi Tiongkok dalam melakukan atau memungkinkan pelanggaran hak asasi manusia—termasuk penahanan sekitar 1,5

juta warga negara Tiongkok dan warga negara asing menandakan nilai-nilai, keahlian, dan kemampuan yang dibawa perusahaan-perusahaan ini ke pasar global (*China's Mass Surveillance of Uyghur Muslims in Xinjiang Province Revealed in Data Security Flaw - ABC News*, n.d.). Dari telepon di saku orang hingga pelacakan 2,5 juta orang yang menggunakan teknologi pengenalan wajah hingga pusat penahanan 'pendidikan ulang', perusahaan teknologi Tiongkok termasuk several perusahaan dalam kumpulan data kami sangat terlibat dalam proses yang sedang berlangsung pengawasan, penindasan, dan penganiayaan terhadap warga Uighur dan komunitas etnis minoritas Muslim lainnya di Xinjiang (Zenz, 2019).

Banyak perusahaan yang tercakup dalam laporan ini berkolaborasi dengan universitas asing dalam jenis teknologi yang sama yang mereka gunakan untuk mendukung pengawasan dan pelanggaran hak asasi manusia di Tiongkok. Misalnya, CETC yang memiliki kemitraan penelitian dengan University of Technology Sydney, University of Manchester dan Graz Technical University di Austria dan anak perusahaan Hikvision adalah sangat terlibat dalam tindakan keras terhadap warga Uighur di Xinjiang. CETC telah menyediakan polisi di Xinjiang dengan sistem pemolisian terpusat yang mengambil data dari beragam sumber, seperti kamera pengenalan wajah dan basis data informasi pribadi. Data tersebut digunakan untuk mendukung program 'pemolisian prediktif', yang menurut Human Rights Watch digunakan sebagai dalih untuk menahan orang yang tidak bersalah secara sewenang-wenang (*China: Big Data Fuels Crackdown in Minority Region | Human Rights Watch*, n.d.). CETC juga dilaporkan telah menerapkan proyek pengenalan wajah yang memperingatkan pihak berwenang ketika penduduk desa dari daerah yang didominasi Muslim pindah ke luar daerah yang ditentukan, secara efektif membatasi

mereka di rumah dan tempat kerja mereka.

Huawei memberi Biro Keamanan Umum Xinjiang dukungan teknis dan pelatihan (*Huawei's Partnership with China on Surveillance Technology Raises Concerns for Foreign Users - The Globe and Mail*, n.d.). Pada saat yang sama, ia telah mendanai lebih dari 1.200 proyek penelitian universitas dan membangun hubungan dekat dengan banyak lembaga penelitian top world. Pekerjaan perusahaan dengan aparat keamanan publik Xinjiang juga termasuk menyediakan pusat data modular untuk Biro Keamanan Umum Prefektur Aksu di Xinjiang dan solusi cloud keamanan publik di Karamay. Pada awal 2018, perusahaan meluncurkan laboratorium inovasi 'keamanan cerdas' bekerja sama dengan Biro Keamanan Umum di Urumqi. Menurut laporan, Huawei memberi polisi Xinjiang keahlian teknis, dukungan, dan layanan digital untuk memastikan 'stabilitas sosial Xinjiang dan keamanan jangka panjang.

Hikvision mengambil kontrak terkait keamanan senilai ratusan juta dolar di Xinjiang pada tahun 2017 saja, termasuk 'sistem pencegahan dan pengendalian sosial' dan implementasi program pengawasan pengakuan facial di masjid (*"No Cracks, No Blind Spots, No Gaps": Chinese Firms Cash in on Xinjiang's Growing Police State - Hong Kong Free Press HKFP*, n.d.). Berdasarkan kontrak, perusahaan menyediakan 35.000 kamera untuk memantau jalan, sekolah, dan 967 masjid, termasuk sistem konferensi video yang digunakan untuk 'memastikan bahwa imam tetap berpegang pada "terpadu" naskah pemerintah (*Chinese Firms Cash in on Xinjiang's Growing Police State | AFP.Com*, n.d.). Yang paling memprihatinkan dari semuanya, Hikvision juga menyediakan peralatan dan layanan langsung ke kamp pendidikan ulang. Ia telah memenangkan kontrak dengan setidaknya dua kabupaten (Moyu dan Pishan) untuk menyediakan

kamera panorama dan sistem pengawasan di dalam kamp.

Dari pelanggaran tersebut membuat berbagai kecaman dari berbagai negara adidaya Jerman, Inggris, Kanada, dan Amerika Serikat yang telah mandiri secara ekonomi dan tidak bergantung terhadap perekonomian Tiongkok lebih 'lantang' dalam menyerukan kecaman atas pelanggaran HAM yang terjadi pada etnis Uighur tersebut, seperti dengan membawa isu ini menjadi pembahasan di sidang tahunan Dewan HAM PBB (Human Rights Council) yang ke-46 pada 22 Maret kemarin serta menuntut Tiongkok memberikan akses seluas-luasnya terhadap PBB untuk memantau langsung kondisi di Xinjiang dan melakukan investigasi atas dugaan pelanggaran HAM di sana. Hal ini dikarenakan pertentangan tersebut tidak berimplikasi terhadap kepentingan negara mereka, bahkan ditujukan untuk menekan negara Tiongkok yang berhubungan dengan permasalahan lain, seperti Kanada yang memberlakukan status genosida pada Tiongkok yang juga dilatarbelakangi atas penahanan dua warga Kanada, yakni mantan diplomat Michael Kovrig dan pengusaha Michael Spavor oleh China maupun Amerika Serikat yang menunjukkan superioritasnya sebagai negara adidaya dengan posisi krusial di PBB yang tidak bisa disaingi pengaruhnya oleh kebangkitan ekonomi negara Tiongkok.

Hal ini berimbas kepada negara-negara yang memiliki ketergantungan ekonomi kepada Tiongkok. Sehingga, apabila negara-negara tersebut memilih untuk menentang kebijakan Tiongkok yang dapat mengancam putusnya hubungan ekonomi mereka, apalagi Tiongkok telah banyak menjadi investor dan importir terbesar banyak negara, salah satunya Indonesia--tentu akan menghambat kemajuan ekonomi negara mereka. Ketidakberdayaan mereka membuat tak sedikit anggota negara OKI dan negara Muslim lain yang 'lepas tangan' dengan kebengisan Beijing, asalkan uang mereka dapat terus

mengalir, jelas negara muslim ini telah memperjelas kepentingannya, mengejar strategi keuangan, sedangkan hak asasi manusia hanyalah visi alternatif saja. Masalah ini sangat akut bagi negara-negara yang sudah mengalami ketegangan atas klaim teritorial China di wilayah yang disebut Laut China Selatan. Misalnya, pada tahun 2016, setelah putusan pengadilan yang didukung PBB menolak klaim Tiongkok, tersangka peretas Tiongkok menyerang sistem pengumuman dan komunikasi di dua bandara utama Vietnam, termasuk 'tampilan kata-kata tidak senonoh dan pesan ofensif dalam bahasa Inggris terhadap Vietnam dan Filipina (*Chinese Hackers Take down Vietnam Airport Systems* | ZDNET, n.d.). Peretasan simultan pada maskapai Vietnam menyebabkan hilangnya lebih dari 400.000 data penumpang. Menteri Informasi dan Komunikasi Vietnam mengatakan bahwa pemerintah sedang 'meninjau teknologi dan perangkat China setelah serangan itu. Perusahaan keamanan siber FireEye mengatakan bahwa pihaknya mengamati penargetan terus-menerus terhadap target pemerintah dan perusahaan di Vietnam yang diduga terkait dengan disrupsi Laut China Selatan (Cave et al., 2019).

Hubungan Diplomasi Publik, Perdagangan, Propaganda dan Strategi Militer China

Dalam melakukan praktik diplomasi publik, Cina mendirikan pusat budaya dan Bahasa, Konfusius Institut, yang bertugas untuk menyebarkan budaya dan bahasa Cina ke seluruh dunia. Konfusius Institut ini merupakan salah satu instrumen diplomasi publik Cina dalam memberikan pemahaman mengenai Cina yang sebenarnya sehubungan dengan permasalahan dalam negeri Cina agar persepsi mengenai perilaku internasional Cina ini dapat berubah terutama mengenai hak asasi manusia dalam permasalahan Tibet, Xinjiang, dan Hongkong (Theo, R., & Leung, 2018). Dapat kita lihat dalam kegiatan diplomasi publik Cina terhadap publik Taiwan dalam mendukung one China principle ini secara aktif terus berupaya mempengaruhi dan membentuk

opini dari publik Taiwan melalui relationship building yang dibangun melalui relasi antara PKC dengan KMT, dan telah memberikan harmonisasi kepada Cina dalam melakukan diplomasi publik kepada publik Taiwan sehingga KMT dapat mendukung one China principle. Sementara itu adanya pengusaha Taiwan yang sikap politiknya mengacu kepada Cina membuat Cina mendapatkan keuntungan dengan bekerjasama menyebarkan diplomasi publik Cina terhadap publik Taiwan. Dalam penelitian ini mengambil kasus Want Want China Times Media Group yang bekerjasama dengan pemerintah Cina dalam melakukan news management untuk membentuk persepsi dan opini publik Taiwan mengenai bagaimana setiap individu di Taiwan dapat memahami isu dan peristiwa sesuai dengan keinginan Cina. Selain itu dengan adanya sumber daya dalam hal media masa di Taiwan ini, Cina melakukan strategic communications melalui kampanye politik untuk mendukung KMT menjadi penguasa kembali di Cina (Santoso & Dermawan, 2021).

Tiongkok yang berupaya memberikan pengaruh pada politik Taiwan, karena Sudah sangat lama bersi keras bahwa Taiwan adalah bagian integral dari wilayahnya, untuk menghalangi kemerdekaan Taiwan secara penuh Selama era otoriter Taiwan dan tahuntahun awal demokratisasi, ancaman yang dirasakan dari Tiongkok ditopang oleh ancaman aktif invasi bersenjata. Namun, dengan kebangkitan damai Tiongkok, kebijakan Tiongkok terhadap Taiwan secara bertahap bergeser dari ketergantungan pada ancaman militer ke kondisi pengerasan untuk reunifikasi damai melalui kemitraan ekonomi yang lebih dekat Akhirnya Tiongkok dan Taiwan membentuk sebuah kerangka kerjasama yang mengatur hubungan dagang keduanya yaitu tentang jenis barang yang di ekspor dan impor, penyesuaian tarif, dll. yaitu ECFA (Economic Cooperation Framework Agreement) yang menjadikan peristiwa

sangat bersejarah bagi kemajuan lintas-selat Kerjasama yang disepakati pada tanggal 29 juni 2010 ini telah memberi banyak perubahan antara hubungan Tiongkok dan Taiwan (S. D. F. Hidayat, 2019).

Dengan adanya perjanjian ECFA ada hal yang menarik dimana perjanjian yang telah di sepakati antara Tiongkok dan Taiwan tersebut memiliki ketidak seimbangan di salah satu pihak yaitu pihak Tiongkok. Salah satu isi perjanjian dagang yang berupa penghapusan tarif dari 800 jenis barang, termasuk melonggarkan dibidang finansial, yaitu memangkas tarif 539 ekspor Taiwan ke Tiongkok dan 267 produk Tiongkok yang memasuki Taiwan Membuat Taiwan menjadi tempat kepentingan strategis global di bidang teknologi tinggi, secara khusus, Negara ini memiliki system legislative yang lebih sehat dan undang – undang hak kekayaan intelektual yang lebih kuat dari pada Tiongkok daratan. Selain itu, ECFA meningkatkan perlindungan hak kekayaan intelektual perusahaan yang berbasis di Taiwan. Walaupun tanpa disadari Taiwan akan mengalami ketergantungan dalam bidang ekonomi ketergantungan terhadap Tiongkok, salah satunya melalui sektor ekonomi. Selain itu dengan adanya ECFA, akan semakin meningkatnya citra di wilayah Taiwan tanpa harus mengambil resiko dengan menentang status quo dalam bidang - bidang ini pendekatannya telah bergeser dari menandatangani perjanjian sekaligus untuk mendukung berlakunya perjanjian sementara yang pada akhirnya mengarah pada perjanjian permanen. Perjanjian ini membuktikan bahwa kesulitan negosiasi telah meningkatkan partisipasi Taiwan dalam komunitas internasional juga telah berubah.

Hubungan bilateral yang dijalin antar dua negara tidak terlepas dari kepentingan nasional masing-masing negara yang mendasarinya untuk melakukan kerjasama. Kepentingan nasional adalah sebagai tujuan fundamental dan faktor penentu akhir

yang mengarahkan para pembuat keputusan dari suatu negara dalam merumuskan kebijakan luar negerinya. Menurut Joseph S. Nye apapun bentuk Pemerintahannya, suatu negara pasti akan selalu bertindak dalam kerangka kepentingan nasionalnya.

Seiring dengan hubungan diplomasi serta hubungan ekonomi antar negara tidak membawa kesejahteraan secara merata pada rakyat china terutama pada etnis Uyghur. Etnis Uyghur mengalami diskriminasi dalam bidang ekonomi. Pemerintah Cina mendirikan suatu instansi yang bernama Xinjiang Production and Construction Corps (XPCC), instansi ini diklaim oleh etnis Uyghur sebagai alat penjajahan dari etnis Han. Mayoritas anggota instansi ini berasal dari etnis Han. XPCC merupakan instansi yang unik, karena mereka independen, tidak berada dibawah negara, artinya pemerintah Xinjiang tidak bisa memerintah mereka. XPCC memiliki pasukan polisi sendiri, perusahaan agrikultural dan industri, jaringan buruh dan penjara sendiri. Dengan demikian, mereka bisa dengan mudah mengontrol sektor ekonomi di Xinjiang. Banyak petani Uyghur yang terpaksa menjual barangnya dengan harga yang dibawah standar, sedangkan petani Han bisa menjualnya dengan harga pasar, selain itu para pekerja mineral dan minyak bumi semua berasal dari etnis Han. Diskriminasi di bidang ekonomi terus berlanjut hingga saat ini. Pada tahun 2010, diumumkan bursa pekerjaan untuk rumah sakit di Urumqi, dari 28 posisi yang ditawarkan, semua ditujukan kepada etnis Han (M. N. Hidayat, 2013).

Hingga pada tahun 2004, muncul sebuah organisasi pembebasan Uyghur yang memiliki kredibilitas serta konsep dan yang paling penting, bekerja untuk merapikan dan mengorganisir kelompok-kelompok yang tersebar baik secara geografis maupun cara untuk mencapai tujuannya, yakni World Uyghur Congress (WUC). World Uyghur Congress adalah organisasi yang didirikan oleh para kelompok pelarian/diaspora Uyghur yang

tersebar di beberapa daerah di dunia. Ada alasan tersendiri mengapa WUC didirikan di Jerman, bukan di Cina atau di Xinjiang. Pertama dikarenakan kebijakan Cina yang sangat keras terhadap siapapun yang menyuarakan kemerdekaan atau yang mencoba untuk mengintervensi kebijakan politik dari pemerintah Cina itu sendiri, sehingga pendirian itu hanya bisa dilakukan diluar wilayah Cina, kedua Jerman merupakan tempat dimana terdapat jumlah pelarian Uyghur terbesar di dunia.

Upaya diaspora Uyghur dalam memperjuangkan hak rakyat Uyghur bisa tergambar dari apa yang dilakukan oleh WUC. WUC berperan sebagai advokat bagi rakyat Uyghur untuk mengakses dan melobi pembuat kebijakan, dalam hal ini pembuat kebijakan di negara-negara yang mereka kunjungi, organisasi internasional, dan media internasional, untuk melakukan sesuatu dengan keadaan yang mereka alami saat ini. Namun, masih terhenti oleh propaganda pemerintah Cina sebelumnya. Tindakan nyata dari dunia internasional untuk mengambil kebijakan terhadap pelanggaran hak sipil rakyat Uyghur di Xinjiang, hal ini diakui sendiri oleh presiden WUC Rebiya Kadeer, yang mengatakan bahwa posisi Cina yang sangat kuat di bidang ekonomi, telah membuat negara-negara lain enggan untuk merusak hubungan perekonomian mereka dengan Cina melalui isu Uyghur ini.

Kekuatan militer yang dimiliki Cina membuat negara lain enggan berurusan dengannya. Pertumbuhan kekuatan militer ini di dukung oleh kekuatan ekonomi serta sumber daya teknologi yang memadai sehingga mampu menyaingi kekuatan militer US. Dalam kasus persaingan militer dengan Tiongkok, Pemerintah Tiongkok tentu saja akan berusaha untuk memanfaatkan, untuk keuntungannya sendiri, pengaruhnya atas perusahaan-perusahaan Tiongkok yang menyediakan peralatan dan layanan kepada musuh-musuhnya. Ini harus menjadi pertimbangan strategis yang serius bagi negara-negara ketika mereka

memilih apakah akan mengizinkan perusahaan Tiongkok terlibat dalam pembangunan kritis infrastruktur seperti jaringan 5G, terutama mengingat meningkatnya keagresifan dan pemaksaan PKT secara global. Pembangunan infrastruktur 5G harus menjadi perhatian khusus. Sebuah artikel di China National Defence Report pada Maret 2019 membahas aplikasi militer untuk China dari 5G dalam langkah untuk 'menyaring' peperangan. '[A] kegiatan militer dipercepat menuju perluasan ke ranah inteligenisasi, platform tempur udara, amunisi yang dipandu dengan presisi, dll. akan diubah dari 'akurat' menjadi 'dicerdaskan.' Teknologi AI berbasis 5G pasti akan memiliki implikasi penting untuk domain ini,' tulis penulis, yang tampaknya adalah peneliti yang berafiliasi dengan Universitas Xidian dan Akademi Komando Angkatan Darat PLA (Cave et al., 2019).

SIMPULAN

Penelitian ini telah mengungkapkan bahwa strategi pemasaran produk budaya dan teknologi Cina di pasar global sangat dipengaruhi oleh warisan budaya yang kaya serta inovasi teknologi yang terus berkembang. Meskipun Cina memiliki potensi besar untuk memasarkan produk budayanya, tantangan yang dihadapi, seperti stigma negatif terkait pelanggaran hak asasi manusia dan kekhawatiran mengenai keamanan nasional, dapat mempengaruhi penerimaan produk Cina di pasar internasional.

Melalui analisis studi kasus dan dokumen, ditemukan bahwa perusahaan-perusahaan Cina yang berhasil memasarkan produk mereka secara efektif telah mengadopsi strategi yang mengintegrasikan elemen budaya lokal dengan pendekatan inovatif dalam pemasaran. Selain itu, peran pemerintah dalam mendukung pemasaran produk budaya dan teknologi juga sangat penting, di mana kebijakan yang diterapkan dapat

meningkatkan daya saing produk Cina di pasar global.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keberhasilan pemasaran produk budaya dan teknologi, Cina perlu terus beradaptasi dengan dinamika pasar internasional dan mengatasi tantangan yang ada. Dengan demikian, pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran dan konteks global akan membantu perusahaan-perusahaan Cina dalam memperkuat posisi mereka di pasar internasional dan meningkatkan pengaruh budaya mereka di seluruh dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Cave, D., Hoffman, S., Joske, A., Ryan, F., & Thomas, E. (2019). Mapping China's technology giants. *Australian Strategic Policy Institute Issues Paper*, 15(15), 28.
- China: Big Data Fuels Crackdown in Minority Region | Human Rights Watch. (n.d.). Retrieved January 26, 2023, from <https://www.hrw.org/news/2018/02/27/china-big-data-fuels-crackdown>
- China's mass surveillance of Uyghur Muslims in Xinjiang province revealed in data security flaw - ABC News. (n.d.). Retrieved January 26, 2023, from <https://www.abc.net.au/news/2019-02-18/chinas-mass-surveillance-of-uyghur-muslims-revealed-in-data/10820634>
- Chinese firms cash in on Xinjiang's growing police state | AFP.com. (n.d.). Retrieved January 26, 2023, from <https://www.afp.com/en/chinese-firms-cash-xinjiangs-growing-police-state>
- Chinese hackers take down Vietnam airport systems | ZDNET. (n.d.). Retrieved January 26, 2023, from <https://www.zdnet.com/article/chinese-hackers-take-down-vietnam-airport-systems/>
- Choo, S., & Currid-Halkett, E. (2018). Globalization in cultural and media geographies. *Handbook on the Geographies of Globalization*, 120–134. <https://doi.org/10.4337/9781785363849.00017>
- De Ritis, A., & Si, S. (2016). Media and entertainment industry: The world and China. *Global Media and China*, 1(4), 273–277. <https://doi.org/10.1177/2059436417695684>
- Flew, T. (2016). Entertainment media, cultural power, and post-globalization: The case of China's international media expansion and the discourse of soft power. *Global Media and China*, 1(4), 278–294. <https://doi.org/10.1177/2059436416662037>
- Harding, B. (2019). *China's Digital Silk Road and Southeast Asia*.
- Hidayat, M. N. (2013). Diaspora Uyghur dan Hak Sipil di Xinjiang Cina. *Jurnal Interdependence*, 1, 165–179.
- Hidayat, S. D. F. (2019). Hubungan Tiongkok – Taiwan Pasca Economic Cooperation Framework Agreement (Ecfa) 2010 – 2018 - Elibrary Unikom. *Elibrary UNIKOM*, 116, 2010–2018.
- Hoyler, M., & Watson, A. (2018). Framing city networks through temporary projects: (Trans)national film production beyond 'Global Hollywood.' *https://doi.org/10.1177/0042098018790735*, 56(5), 943–959. <https://doi.org/10.1177/0042098018790735>
- Huawei and the ambiguity of China's intelligence and counter-espionage laws | The Strategist. (n.d.). Retrieved January 25, 2023, from <https://www.aspistrategist.org.au/huawei-and-the-ambiguity-of-chinas-intelligence-and-counter-espionage-laws/>

- Huawei's partnership with China on surveillance technology raises concerns for foreign users - The Globe and Mail.* (n.d.). Retrieved January 26, 2023, from <https://www.theglobeandmail.com/world/article-huaweis-partnership-with-china-on-surveillance-raises-concerns-for/>
- Jaisal, E. K. (2020). The US, China and Huawei Debate on 5G Telecom Technology: Global Apprehensions and the Indian Scenario. *Open Political Science*, 3(1), 66–72. <https://doi.org/10.1515/openps-2020-0006>
- Kloosterman, R. C., & Koetsenruijter, R. (2018). Patterns and dynamics of globalization of cultural industries. *Handbook on the Geographies of Globalization*, 279–295. <https://doi.org/10.4337/9781785363849.00031>
- Lycett, A. (2011). *Breaking Germany's Enigma*.
- Malkin, A. (2022). The made in China challenge to US structural power: industrial policy, intellectual property and multinational corporations. *Review of International Political Economy*, 29(2), 538–570. <https://doi.org/10.1080/09692290.2020.1824930>
- Mcclory, J. (n.d.). *THE NEW PERSUADERS: An international ranking of soft power*.
- Nigel Inkster. (2019). Urusan Huawei dan Ambisi Teknologi China, Kelangsungan Hidup. *Survival Global Politics and Strategy*, 61: 1, 105–111. <https://doi.org/10.1080/00396338.2019.1568041>
- “No cracks, no blind spots, no gaps”: Chinese firms cash in on Xinjiang's growing police state - Hong Kong Free Press HKFP. (n.d.). Retrieved January 26, 2023, from <https://hongkongfp.com/2018/06/27/no-cracks-no-blind-spots-no-gaps-chinese-firms-cash-xinjiangs-growing-police-state/>
- Plan, D. A., River, P., & Implementation, R. (2012). *This page left intentionally blank*. July.
- Power, D., & Scott, A. J. (2004). *Cultural industries and the production of culture* (Vol. 33). Routledge London.
- Santoso, R. B., & Dermawan, W. (2021). Diplomasi Publik China Terhadap Publik Taiwan Sebagai Upaya Mendukung One China Principle. *Jurnal Sosial Politik*, 7(1), 109–120. <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i1.15124>
- Sudjatmiko, T. (2005). Upaya Cina-Taiwan Untuk Bergabung Dalam International Space Station < Iss >: S a T U K a J I a N Diplomasi. *Jurnal Lapan*.
- Theo, R., & Leung, M. W. H. (2018). China's Confucius Institute in Indonesia: Mobility, frictions and local surprises. *Sustainability (Switzerland)*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su10020530>
- Watson, A., & Beaverstock, J. v. (2016). Transnational freelancing: Ephemeral creative projects and mobility in the music recording industry. <https://doi.org/10.1177/0308518X16641412>, 48(7), 1428–1446. <https://doi.org/10.1177/0308518X16641412>
- You, X., Wang, C. X., Huang, J., Gao, X., Zhang, Z., Wang, M., Huang, Y., Zhang, C., Jiang, Y., Wang, J., Zhu, M., Sheng, B., Wang, D., Pan, Z., Zhu, P., Yang, Y., Liu, Z., Zhang, P., Tao, X., ... Liang, Y. C. (2021). Towards 6G wireless communication networks: vision, enabling technologies, and new paradigm shifts. *Science China Information Sciences*, 64(1). <https://doi.org/10.1007/s11432-020-2955-6>
- Zenz, A. (2019). ‘Thoroughly reforming them towards a healthy heart attitude’: China's political re-education campaign in Xinjiang. *Central Asian Survey*, 38(1), 102–

-
128.
<https://doi.org/10.1080/02634937.2018.1507997>
- Zhang, X., & Dai, J. (2021). Cultural and creative production in the era of globalization: Exploring the trans-border mobility of Chinese media and entertainment celebrities. *Geoforum*, 120(January 2020), 198–207.
<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.02.001>