

DIPLOMASI PANDA SEBAGAI DIPLOMASI PUBLIK

TIONGKOK TERHADAP JEPANG

Aulia Surya Putri Darmawan

Christy Damayanti, M.Si.

Halifa Haqqi, S.IP., M.Si

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRACT

This research is to explain and analysis about panda diplomacy as China's public diplomacy toward Japan. This research reviewed by using public diplomacy theory and bilateral relation theory. This research is to find out how panda diplomacy as China's public diplomacy toward Japan. This method used qualitative descriptive method. From this analysis, the researcher find out that panda diplomacy as China's public diplomacy can attract society and Japan's medias. China's panda diplomacy able to influenced and create awareness of fauna preservation in Japan society by establishing The Panda Protection Institute of Japan which is a private non-government voluntary organization in Japan. PPIJ can be strengthen of bilateral relations between China and Japan.

Keywords: Panda diplomacy, Public Diplomacy, Bilateral Relation

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Diplomasi merupakan salah satu upaya suatu negara untuk mencapai kepentingan nasional. Diplomasi berkaitan erat dengan pelaksanaan politik luar negeri. Di dalam hubungan antarnegara, suatu negara mengedepankan kepentingan nasionalnya (Pikkar, 1957: 1) . Melalui diplomasi negara akan mengomunikasikan kepentingan tersebut dengan aktor- aktor lain sehingga dapat terbentuk kesepakatan. Pelaksanaan diplomasi mengalami perubahan seiring dengan berkembangnya zaman.

Pada awalnya, kegiatan berdiplomasi hanya melibatkan aktor-aktor utama di tataran negara yang sifatnya kaku. Namun, seiring berjalannya waktu dan munculnya beragam isu di dunia internasional, pelaksanaan diplomasi mulai melibatkan aktor-aktor nonpemerintahan seperti organisasi nonpemerintah, pelaku bisnis, akademisi, hingga masyarakat umum. Keterlibatan masyarakat di dalam praktek diplomasi dianggap dapat membantu dalam menanggapi berbagai isu yang tidak dapat ditanggapi oleh pemerintah dan dapat membuka kesempatan untuk bernegosiasi. Upaya diplomasi yang melibatkan

masyarakat ini dinilai dapat menjangkau masyarakat internasional lebih luas (Susetyo, 2008).

Bahkan dalam pelaksanaan diplomasi publik, negara juga menggunakan hewan sebagai instrumen utamanya yang disebut juga diplomasi hewan (Cushing, Markwell, 2009: 256) . Diplomasi hewan yaitu mengirimkan fauna lokal khas suatu negara yang masih hidup ke negara lain dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Praktek diplomasi fauna ini pertama kali muncul di Mesir Kuno (Cushing, Markwell 2009: 256) . Pelaksanaan diplomasi hewan pun berlanjut di masa modern dan sudah dipraktekkan oleh beberapa negara seperti Australia yang mengirim hewan platypus ke Inggris semasa Perang Dunia Kedua. Selain itu, ada juga negara Indonesia yang mengirimkan hewan komodo sebagai hadiah kepada Konserlor Jerman pada tahun 1991 (<https://soscili.my/soeharto-beri-komodo-kepada-bush-4-lagi-hadiah-haiwan-kepada-pemimpin-dunia/>, diakses pada 9 Juli 2019).

Pelaksanaan diplomasi hewan yang cukup populer adalah diplomasi panda yang dilakukan oleh Tiongkok. Penggunaan hewan panda atau *Ailuropoda melanoleuca* ini telah menjadi bagian

dari strategi kebijakan luar negeri Tiongkok sejak masa kepemimpinan Mao Zedong (Buckingham et al, 2013: 3). Pada awalnya hewan panda digunakan sebagai hadiah diplomatik kepada negara-negara aliansi yang memiliki kesamaan ideologi komunisme. Diplomasi panda tahap awal tersebut juga bertujuan untuk membuka hubungan pertemanan dengan negara-negara sekutu. Diplomasi panda juga sempat dikirimkan negara lain untuk kegiatan bisnis Tiongkok dengan negara lain (Buckingham et al, 2013: 2). Namun, sejak tahun 2008, diplomasi panda mengalami perubahan yang pelaksanaannya lebih menekankan pada konsep *guanxi* yaitu hubungan antarnegara mitra yang ditandai dengan kepercayaan, loyalitas, dan umur panjang (Gold, D. Guthrie, and D. Wank, 2002) serta untuk mengkonsolidasikan hubungan dagang antarnegara.

Salah satu negara yang menjadi tujuan diplomasi panda Tiongkok adalah Jepang. Tiongkok dan Jepang merupakan negara yang letaknya berdekatan dan memiliki keterkaitan sejarah serta kesamaan budaya. Tiongkok dan Jepang sempat mengalami konflik besar yaitu Perang Sino Jepang I (1894-1895). Perang tersebut kembali terjadi pada 7 Juli 1937 yang diawali oleh konflik kecil di Jembatan Marcopolo. Tiongkok dan Jepang kembali membangun hubungan bilateral pada tahun 1972. Pada awal normalisasi hubungan bilateral tersebut, Tiongkok pertama kalinya memberikan sepasang hewan panda sebagai hadiah diplomatik yang menandakan fase pertemanan baru di antara kedua negara. Dalam perkembangannya, Tiongkok menggunakan diplomasi panda untuk mempererat hubungan masyarakat sekaligus membentuk *image* yang positif di hadapan publik Jepang.

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, peneliti mengambil judul “Diplomasi Panda sebagai Diplomasi Publik Tiongkok terhadap Jepang”.

B. DASAR TEORI

1. Teori Diplomasi Publik

Menurut Szondi (2008 : 6) di dalam jurnal *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*, diplomasi publik adalah bentuk komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat mancanegara dengan tujuan untuk

mengubah hati dan pemikiran yang ada pada masyarakat tersebut.

Wang (2006 : 49-58) menjelaskan diplomasi publik sebagai sebuah konsep yang bersifat multidimensi dan memiliki tiga tujuan utama yaitu mempromosikan tujuan dan kebijakan suatu negara, bentuk komunikasi nilai dan sikap, serta sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan antara negara dan masyarakat. Berdasarkan acuan tersebut, diplomasi publik menekankan pada pesan yang bisa disampaikan oleh siapapun.

Menurut Direktur Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik Indonesia, A.M Fachri diplomasi publik adalah suatu bentuk pemberdayaan segala potensi suatu negara berupa keindahan alam dan keragaman budaya yang dikenalkan kepada masyarakat internasional. Pemberdayaan potensi negara tersebut guna mencapai tujuan, yaitu *to win hearts and mind, domestically, and internationally* (Kementerian Luar Negeri, 2018). Kegiatan diplomasi publik dilaksanakan suatu negara agar memberi dampak yang luas dan besar kepada masyarakat di negara lain. Keterlibatan publik dapat membuka kemungkinan adanya negosiasi dan mendatangkan cara pandang mengenai suatu masalah.

Berdasarkan teori diplomasi publik ini diplomasi panda yang dilakukan Tiongkok bertujuan untuk membentuk persepsi positif di kalangan masyarakat Jepang. Tiongkok menunjukkan sisi *soft power* melalui diplomasi panda yang mengandung nilai-nilai persahabatan dan perdamaian.

2. Teori Hubungan Bilateral

Juwondo (1991: 21) mendefinisikan hubungan bilateral sebagai suatu bentuk hubungan satu negara dengan negara lain yang berinteraksi satu sama lain. Hubungan bilateral semakin berkembang dengan saling menghormati hak masing-masing negara guna melakukan kerja sama di berbagai aspek kehidupan. Sikap saling menghormati ini menimbulkan adanya sikap perhatian satu negara dengan yang lain sehingga tidak ada yang saling mengabaikan dan mengucilkan keberadaan satu sama lain. Sikap perhatian kepada negara mitra dapat memberikan nilai tambah serta mendatangkan keuntungan dari hubungan bilateral yang terjalin.

Menurut pendapat Plano dan Olton, hubungan bilateral adalah terselenggaranyahubungan kerja sama antara dua negara yang berupaya untuk mencapai kepentingan masing-masing melalui kesepahaman yang telah tercapai. Hubungan bilateral ini dalam rangka menyelenggarakan politik luar negeri dan mencapai kepentingan nasional. Kepentingan nasional mencakup kebutuhan-kebutuhan warga negara sehingga kelangsungan hidup dapat terjaga. Kepentingan nasional juga berkaitan dengan kehidupan berbangsa dan negara, kemerdekaan, keutuhan wilayah, keamanan, militer, dan kesejahteraan ekonomi (Plano,1990: 7).

Kaitan teori dengan penelitian ini adalah diplomasi panda memiliki peran penting dalam terjalannya hubungan bilateral antara Tiongkok dan Jepang. Dalam perkembangannya, Tiongkok kembali melakukan diplomasi panda ke Jepang untuk menjaga dan mempertahankan hubungan bilateral yang sudah terbangun demi tercapainya kepentingan nasional.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode untuk meneliti kondisi objek alamiah atau natural. Peneliti sebagai instrumen kunci penentu hasil penelitian. Analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih mengutamakan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2010: 15).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari buku, artikel, jurnal, media cetak, dan media elektronik. Data sekunder yaitu data yang telah diteliti atau sudah tersedia untuk dikumpulkan oleh penulis (Suryana, 2010: 16).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Panda sebagai Alat Diplomasi Tiongkok

1.2 Sejarah dan Perkembangan Diplomasi Panda Tiongkok

Diplomasi panda adalah pelaksanaan diplomasi dengan menggunakan hewan panda sebagai hadiah diplomatik kepada negara lain (Buckingham et al. 2013: 1) . Sejarah pelaksanaan diplomasi panda pertama kali dilakukan semasa Dinasti Tang yang dipimpin oleh Kaisar Permaisuri

Wu Zetian tahun 685 Masehi (Buckingham et al. 2013: 2) dengan memberikan sepasang panda kepada Kaisar Tenmu, Jepang sebagai hadiah diplomatik. (Watts, 2007) . Diplomasi panda kembali dilaksanakan di masa modern. Pada tahun 1941, Chiang Kai Sek dan istrinya, Song Meiling memberi hadiah sepasang panda kepada Amerika Serikat sebagai tanda terima kasih atas bantuan Amerika Serikat ketika Perang Sino-Jepang Kedua. Bantuan yang didapat Tiongkok berupa kredit untuk membeli pasokan perang dalam rangka melawan pendudukan Jepang (US Department of State). Diplomasi panda mengalami beberapa perubahan tahap pelaksanaan:

a. Diplomasi Panda Tahap 1: Membangun Hubungan Strategis di era Mao Zedong.

Diplomasi panda tahap pertama dilaksanakan semasa pemerintahan Mao Zedong yang berlangsung tahun 1957 sampai 1982. Tiongkok menjadikan hewan panda sebagai hadiah diplomatik untuk membuka hubungan pertemanan dengan negara-negara lain. Diplomasi panda juga menjadi bagian dari strategi pelaksanaan kebijakan luar negeri Mao Zedong dalam rangka menjalin kedekatan dan mempererat hubungan diplomatik dengan negara-negara komunis-sosialis yang menjadi sekutu (Buckingham et al. 2013: 2). Tiongkok mulai memperluas tujuan diplomasi panda ke negara-negara lainnya seperti Inggris, Jepang, Meksiko, Spanyol, Perancis, dan Jerman Barat (Schaller, 1993: 235)

b. Diplomasi Panda Tahap Kedua: Peminjaman Panda untuk Bisnis Komersial.

Pelaksanaan diplomasi panda tahap kedua mengalami perubahan pada tahun 1980-an. Pola diplomasi panda kedua dipengaruhi oleh kebijakan reformasi ekonomi yang diimplementasikan oleh Den Xiaoping tahun 1978. Diplomasi panda dilakukan dengan cara dipinjamkan melalui sistem model sewa berdasarkan transaksi keuangan (Sina, 2011). Peminjaman hewan panda sebagai alat diplomasi ke negara lain bersifat komersial (Lin, 2009: 2).

Pelaksanaan diplomasi panda tahap kedua ini berfokus pada pasar, yaitu kebun binatang bergengsi di negara lain yang dianggap penting sebagai tempat pemasaran produk- produk Tiongkok. Pada tahap diplomasi panda kedua ini ada delapan kebun

binatang yang telah menyewa panda dalam rentang tahun 1984 hingga 1987. Biaya yang ditanggung pun sebesar US\$50.000 per bulan dan per panda (Imbriaco, 2006: 87). Praktek penyewaan panda ini pun mendapat kritikan dari para aktivis lingkungan karena dianggap telah merusak kesejahteraan hewan (Schaller, 1993: 240). Pada tahun 1991, Tiongkok menghentikan sistem penyewaan panda dengan jangka pendek dan Penggunaan panda sebagai objek komersial di dalam praktek diplomasi Tiongkok pun dihentikan.

c. **Diplomasi Panda Tahap Ketiga: Membangun hubungan *Guanxi* dan Perdagangan.**

Pada diplomasi tahap ketiga ini negara penerima pinjaman panda harus menandatangani kontrak kerja sama konservasi internasional. Pada pelaksanaan diplomasi ini Tiongkok lebih selektif dalam memilih negara tujuan diplomasi panda. Diplomasi panda ditujukan kepada negara-negara mitra dagang yang penting bagi Tiongkok. Selain itu, pinjaman panda diberikan kepada negara-negara yang sudah menandatangani kesepakatan perdagangan bebas dan memasok kebutuhan sumber daya alam serta teknologi canggih yang dibutuhkan Tiongkok. Peminjaman panda dikonfirmasi ketika kunjungan bilateral atau setelah Konferensi Tingkat Tinggi berlangsung antardua negara (Gentz, dikutip di dalam Hartig, 2013: 71). Ada pun negara-negara yang menerima peminjaman setelah mengadakan perjanjian perdagangan dengan Tiongkok yaitu Skotlandia, Kanada, Perancis, dan Australia.

Diplomasi panda pada tahap ketiga ini juga menandakan niat baik dan komitmen Tiongkok dalam menjalin hubungan bilateral dengan negara-negara mitra dengan berlandaskan kepercayaan dan kesetiaan (*guanxi*) (Lin, 2009).

1.2 Alasan Diplomasi Panda

Adapun faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan panda sebagai instrumen diplomasi, yaitu yang pertama adalah identitas visual. Identitas visual panda yang memiliki ciri khas wajah bulat, agak datar, mata bulat besar dengan bercak lingkaran hitam, penampilannya yang kikuk dan suka diasuh terlihat seperti anak kecil membuat orang-orang ingin memeluk dan melindunginya (Schaller, 1993). Identitas visual tersebut didukung dengan postur tubuh yang tegak lurus dan ibu jari yang membuat panda dapat memegang makanan bambu seperti

layaknya manusia (Ellis et al. 2006: 3). Visual hewan panda ini mampu menarik perhatian alam bawah sadar orang-orang yang melihatnya dari anak-anak hingga orang dewasa.

Faktor yang kedua, yaitu habitat alami. Habitat alami hewan panda berada di sekitar pegunungan Tiongkok barat (WWF Panda.org). Diplomasi ini melibatkan fauna khas asli Tiongkok yang berbeda dengan negara lain sehingga memiliki keterkaitan secara eksklusif dengan Tiongkok. Panda menjadi identitas negara dan ikon kebudayaan Tiongkok. Simbolisasi panda ini dianggap sebagai ekspresi karakter nasional dan representasi alami negara Tiongkok (Baker, 1993: 98). Faktor ketiga yaitu metode diplomasi panda yang dilakukan sebagai hadiah diplomatik, disewakan untuk kepentingan komersial, dan konservasi.

B. Panda sebagai Ikon negara Tiongkok

1. Panda sebagai ikon World Wide Fund

World Wide Fund for Nature (WWF) adalah organisasi internasional nonpemerintah yang menangani isu-isu konservasi, lingkungan alam dan perlindungan hewan. *World Wide Fund* didirikan secara resmi pertama kali tanggal 29 April tahun 1961 di kota Morges, Swiss. WWF menggunakan hewan panda sebagai logo organisasi. Salah satu pendiri WWF bernama Sir Peter Scott, seorang ornithologist (ahli burung) menjelaskan alasan menggunakan panda sebagai logo organisasi. Hewan panda dijadikan logo karena menunjukkan sisi satwa yang karismatik dan populasi satwa yang terancam punah.



Gambar 1. Logo *World Wide Fund for Nature*

Sumber: www.worldwildlife.org

2. Panda sebagai Maskot Asian Games 1990

Asian Games adalah ajang olahraga kontinental yang diadakan setiap empat tahun sekali yang diikuti oleh atlet-atlet dari seluruh dunia. Pada perhelatan Asian Games 1990, Tiongkok sebagai tuan rumah menjadikan hewan panda sebagai maskot

Asian Games yang diberi nama Pan Pan. Maskot panda tersebut melambangkan nilai-nilai persahabatan, perdamaian, dan semangat. Melalui maskot Pan Pan, pemerintah ingin menunjukkan usahanya untuk mencitrakan Beijing yang stabil dan normal (Historia.id, 2018).



Gambar 2. Maskot Asian Games Beijing 1990 bernama Pan Pan

Sumber: chinadaily.co.cn

3. Panda sebagai maskot Olimpiade Beijing

Pertandingan Olimpiade adalah perhelatan olahraga internasional yang diadakan empat tahun sekali sama seperti Asian Games. Ajang Olimpiade mempertandingkan cabang-cabang olahraga musim panas dan musim dingin yang diparticipasi oleh lebih atlet-atlet putra dan putri terbaik dari 200 lebih negara.

Pada tahun 2008, Tiongkok baru terpilih menjadi tuan rumah Olimpiade 2008. Pada Olimpiade 2008 tersebut, Tiongkok menggunakan maskot boneka Fuwa (福娃 artinya Boneka Keberuntungan) yang terdiri dari lima boneka yaitu Beibei, Jingjing, Huanhuan, Yingying, dan Nini. Kelima boneka tersebut berbentuk figur ikan, antilop Tibet, burung layang-layang, obor Olimpiade, dan panda raksasa. Hewan panda tetap menjadi pelengkap maskot Olimpiade yang mempresentasikan negara Tiongkok.



Gambar 3. Maskot Olimpiade Beijing 2008 di Beijing, Tiongkok.

Sumber: beijing2008.blogs.nytimes.com

C. Dinamika Hubungan Bilateral Tiongkok dengan Jepang Setelah Perang Dunia II

Pada tahun 1972, Tiongkok dan Jepang mulai membangun hubungan diplomatik secara resmi. Perbaikan hubungan bilateral tersebut diadakan saat Perdana Menteri Jepang Kakuei Tanaka melakukan kunjungan diplomatik dengan Zhou Enlai, Perdana Menteri Tiongkok pada 25-30 September 1972. Pertemuan bilateral tersebut menghasilkan Komunique Bersama Tiongkok-Jepang (*Joint Communique of the Government of Japan and the Government of the People's Republic of China*). Berdasarkan pertemuan tersebut Tiongkok dan Jepang sepakat menjalin kerja sama dan ikut berpartisipasi dalam menjaga perdamaian di kawasan dan di dunia (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 1972).

Normalisasi hubungan tersebut penting demi tercapainya kepentingan kedua negara. Bagi Jepang, Tiongkok berpotensi sebagai tempat pemasaran barang-barang produksinya dan negara penyuplai energi minyak yang penting. Sementara itu, Tiongkok yang dipimpin oleh Den Xiaoping mulai melakukan modernisasi di bidang industri, pertanian, pertahanan, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Tiongkok membutuhkan bantuan berupa ekspor teknologi dan bantuan ODA (*Official Development Assistance*) dari Jepang (Akio, 2017: 28).

Di dalam hubungan politik Tiongkok dan Jepang dipengaruhi oleh isu-isu historis yang ada di antara kedua negara. Pola hubungan bilateral Tiongkok dan Jepang disebut *Cold Politics, Hot Economy* yang berarti bahwa hubungan ekonomi kedua negara tetap berjalan baik, meskipun hubungan politik mengalami ketegangan (Sudo, 2007: 44). Hubungan politik antara Tiongkok dan Jepang mulai mengalami kemunduran pada tahun 1980-an yang dipicu oleh kunjungan Perdana Menteri Yashihiko Nakasone ke kuil Yasukuni (Mochizuki, 2005: 136) dan kunjungan ke kuil Yasukuni berlanjut lagi semasa kepemimpinan Perdana Menteri Junichiro Koizumi tahun 2001-2006. Ada pula isu konflik sengketa Kepulauan Senkaku, kontroversi buku sejarah di Jepang (Kazuhiko, 2005: 64-68). Selain itu, ada pula kasus masuknya kapal selam Tiongkok ke teritorial Jepang

dan mendaratnya tujuh aktivis Tiongkok ke pulau Uotsurishima tahun 2004.

Di tengah hubungan bilateral yang kerap mengalami konflik tersebut, kedua negara selalu mengupayakan perbaikan hubungan dengan mengadakan pertemuan bilateral. Pada tahun 2006, Perdana Menteri Shinzo Abe berkunjung ke Jepang dan menghasilkan kesepakatan yaitu *Japan-China Joint Press Statemen* (<http://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/china/joint0805.html>, diakses pada 10 Oktober 2019). Pada tanggal 28 Desember 2007, Tiongkok dan Jepang membuat kesepakatan *Joint Communique on Promotion of Cooperation in the Field of the Environment and Energy* yang menekankan pada pentingnya meningkatkan transfer teknologi lingkungan ke Tiongkok (Ministry of Foreign Affair). Selain itu, Tiongkok dan Jepang juga terlibat dalam pertemuan *High Level Economic Dialogue* dimulai pada bulan Desember 2007 yang dikembangkan oleh *Japan-China Economic Partnership Consultation* yang beroperasi sejak tahun 2002. Ada pula dialog kedua negara yang

membahas tentang perbatasan di Laut Tiongkok Timur, upaya *joint development*, dan membahas penyelesaian konflik di sekitar Laut Tiongkok Timur secara damai. Pada tahun 2008, dialog ini menghasilkan kesepakatan kerja sama pengembangan ladang minyak dan gas Laut Tiongkok Timur antara kedua negara.

Berdasarkan penjabaran di atas dalam hubungan bilateral kedua negara terdapat interaksi berupa konflik dan kerja sama. Di dalam dinamika tersebut kerja sama Tiongkok dan Jepang terus ditingkatkan. Hal ini sesuai dengan teori hubungan bilateral menurut Juwondo (1991: 21) bahwa terdapat interaksi antara satu negara dengan negara lain. Hal ini didukung dengan teori menurut Plano dan Olton (1990: 7), bahwa hubungan bilateral adalah hubungan kerja sama dua negara untuk mencapai kepentingan bersama melalui kesepakatan. Ada pun kepentingan Tiongkok terhadap Jepang yaitu ekonomi, teknologi, investasi, teknologi, serta sumber daya alam mineral dan gas.

D. Diplomasi Panda sebagai Diplomasi Publik Tiongkok terhadap Jepang

1.1 Negara-Negara Penerima Diplomasi Panda

Negara	Nama Panda - Tahun	Tahap Diplomasi
Amerika	1941 – Pan-dee & Pan-dah 1972 – Hsing Hsing & Ling Ling 2000 – Mei Xiang & Tian Tian	hadiah diplomatik Hadiah diplomatik Konservasi
Uni Soviet	1957 – Ping Ping 1959 – An An	hadiah diplomatik -
Korea Utara	1965 – 1980	hadiah diplomatik
Inggris	1958 – Chi Chi 1974 – Ching Ching & Chia Chia 1991 – Ming Ming & Bao Bao 2011 – Tian Tian & Yangguang	hadiah diplomatik hadiah diplomatik bisnis komersial konservasi
Meksiko	1975 – Pepe & Ying Ying 1996 – Bai Yun & Shi Shi 2003 – Gao Gao	hadiah diplomatik Konservasi Konservasi
Jerman	1980 – Bao Bao & Tian Tian 1995 – Yan Yan 2017 – Meng Meng & Jiao Qing	hadiah diplomatik hadiah diplomatik hadiah diplomatik
Spanyol	1978 – Shao Shao & Chang Chang 2007 – Bing Xing & Hua Zui Ba	hadiah diplomatik konservasi
Irlandia	1984 – Ping Ping & Ming Ming	hadiah diplomatik

Taiwan	2008 – Tuan Tuan & Yuan Yuan	hadiah diplomatik
Austria	2003 – Long Hui & Yang Yang 2019 – Yuan Yuan	hadiah diplomatik konservasi
Thailand	2003 – Chuang Chuang & Lin Hui	Konservasi

Australia	2009 – Wang Wang & Funi	Konservasi
Singapura	2010 - Kai Kai & Jia Jia	hadiah diplomatik
Malaysia	2014 – Xing Xing & Liang Liang	hadiah diplomatik
Korea Selatan	1994 - 2016 – Yuan Xin & Hua Ni	hadiah diplomatik konservasi
Belanda	2017 – Wu Wen & Xing Ya	hadiah diplomatik
Indonesia	2017 – Hu Chun & Cai Tao	Konservasi
Finlandia	2018 – Hua Bao & Jin Bao Bao	Konservasi
Denmark	2019 – Xing Er & Mao Er	Konservasi

Tabel 1. Negara Penerima Panda

1.2 Diplomasi Panda sebagai Diplomasi Publik Tiongkok terhadap Jepang

Pada bulan Februari 2011, Tiongkok meminjamkan sepasang panda bernama Ri Ri dan Shin Shin kepada Jepang. Kedua panda tersebut ditempatkan di kebun binatang Ueno yang berada di kota Tokyo, Jepang. Peminjaman panda tersebut dilakukan berdasarkan kesepakatan antara Presiden Hu Jintao dan Perdana Menteri Yasuo Fukuda pada pertemuan bilateral bulan Mei 2008. Sepasang panda Tiongkok tersebut akan berada di kebun binatang Ueno selama sepuluh tahun (Japan Times, 2011).

Pelaksanaan diplomasi panda ini menciptakan antusiasme di kalangan masyarakat Jepang. Kedatangan kedua panda di kebun binatang Ueno tersebut diliput oleh 200 reporter khusus panda (*panda kisha*) dan disiarkan secara langsung oleh stasiun televisi nasional Jepang, NHK (*Japan Broadcasting Cooperation*).



Gambar 4. Pesawat All Nippon Airways yang mengantar sepasang panda Ri Ri dan Shin Shin ke Tokyo, Jepang tahun 2011

Sumber: Tokyo MX News

Kedatangan Ri Ri dan Shin Shin disambut dengan adanya berbagai merchandise berbentuk panda, mulai dari eco bag, crepes, topi, payung, boneka, kue Jepang isi kacang merah (taiyaki), biskuit, kari, dan coffee latte yang dijual di sekitar kebun binatang Ueno (Tokyo MX News, 2011). Ketika panda Ri Ri dan Shin Shin pertama kali tampil di depan publik pada tanggal 1 April 2011 (BBC News, 2011), terdapat sekitar 3.000 pengunjung yang hadir untuk melihat panda (Tokyo MX News, 2011) dan dalam satu jam sudah ada 8.000 pengunjung yang datang (BBC, 2011). Antusiasme masyarakat Jepang terhadap panda semakin tinggi ketika panda Shin Shin berhasil melahirkan bayi panda bernama Xiang Xiang pada tahun 2017.



Gambar 5. Panda-yaki: kue Jepang berbentuk panda

Sumber: Tokyo MX News dan lost-tokyo.blogspot.com



Gambar 6. Pengunjung Panda Shin Shin & Ri Ri saat pertama kali muncul di hadapan publik di kebun binatang Ueno (2011)

Sumber: Tokyo MX News



Gambar 7. Pengunjung di hari pertama penampilan panda Xiang Xiang di kebun binatang Ueno (2017)

Sumber: tv-asahi.com

Pelaksanaan diplomasi panda ini sesuai dengan teori diplomasi publik yang dijelaskan oleh Direktur Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik Indonesia, A. M. Fahri bahwa diplomasi publik merupakan upaya suatu negara untuk menarik perhatian dan merebut hati publik asing dengan memanfaatkan kekayaan dan keindahan alamnya. Tiongkok menggunakan hewan panda yang merupakan *national treasure*-nya untuk mendapatkan hati masyarakat Jepang. Hewan panda yang habitat alamnya hanya ada di pegunungan Tiongkok ini berhasil menciptakan fenomena demam panda (*panda fever*) di kalangan masyarakat Jepang. Hal ini dikarenakan hewan panda memiliki daya tarik menggemaskan yang mampu menarik hati anak-anak hingga orang dewasa. Diplomasi panda Tiongkok ini pun mudah diterima serta dipahami oleh masyarakat Jepang yang memiliki perbedaan latar belakang budaya dan bahasa.

Upaya diplomasi panda ini dilaksanakan Tiongkok guna membentuk pandangan yang positif sebagai negara tetangga yang baik. Persepsi positif

ini penting karena Tiongkok ingin dilihat sebagai negara mitra yang ramah dan damai (Hartig, 2016). Bersamaan dengan itu, Tiongkok juga ingin menyampaikan nilai-nilai perdamaian dan persahabatan sesuai dengan budaya Tiongkok yaitu *Yin and Yang* yang artinya keseimbangan yang menghasilkan harmonisasi dan perdamaian (<https://internasional.kompas.com/read/2017/09/29/19355721/diplomasi-panda-tirai-bambu-di-indonesia?page=all>, diakses pada 13 Januari 2019).

Di dalam pelaksanaan diplomasi panda tersebut, Tiongkok juga berupaya menciptakan citra baik sebagai negara yang peduli terhadap kelestarian fauna (Brown, 2018). Diplomasi panda berhasil memberikan sebuah informasi dan pengetahuan tentang pentingnya kegiatan konservasi fauna. Hal ini terkait dengan populasi hewan panda di Tiongkok yang pada tahun 1990 statusnya terancam punah (*endangered*). Menurut data IUCN *Red List of Threatened Species*, terhitung dari tahun 2000-2002, populasi hewan panda hanya tersisa 1.600 ekor di habitat alam liar (Tirto.id, 2018).

Diplomasi panda ini pun menciptakan kesadaran terhadap kelestarian fauna yaitu populasi hewan panda bagi masyarakat Jepang. Hal ini terwujud dari adanya *The Panda Protection Institute of Japan* (PPIJ) yang merupakan organisasi sukarelawan swasta nonpemerintah yang mendapat dukungan dari masyarakat Jepang serta bekerja sama dengan *Wolong China Panda Protection Research Center* (<https://www.pandachina.jp/outline.html>). *The Panda Protection Institute of Japan* ini bertujuan untuk mengumpulkan banyak orang yang berpartisipasi di dalam proyek konservasi (<https://www.pandachina.jp/outline.html>). Diplomasi panda ini membuat masyarakat menyadari bahwa penurunan jumlah populasi hewan panda merupakan masalah global yang melampaui batasan negara sehingga Tiongkok turut mengajak Jepang bekerja sama di bidang konservasi hewan panda. Dalam rangka memperluas jangkauan publiknya, Tiongkok meluncurkan situs *ipanda.com* yang menyajikan berita-berita tentang keberhasilan konservasi panda.

Di dalam pelaksanaan diplomasi panda ini pula Tiongkok mengajak masyarakat Jepang untuk

turut peduli dengan isu kelestarian fauna dan mengajak Jepang bekerja sama di bidang konservasi. Diplomasi panda tersebut kemudian menciptakan sebuah pemahaman bahwa isu kelestarian fauna juga menjadi masalah bersama publik Jepang dan Tiongkok yang perlu diperhatikan. Pelaksanaan diplomasi terhadap Jepang ini pun memberi sebuah pemahaman bahwa kontribusi publik Jepang di dalam diplomasi dapat memperkuat hubungan bilateral antara Tiongkok dan Jepang.

E. KESIMPULAN

a) Diplomasi panda dijadikan kebijakan luar negeri pada saat kepemimpinan Mao Zedong. Diplomasi panda ini mengalami beberapa kali perubahan pelaksanaan yang disebabkan oleh faktor perpolitikan yang sedang berlangsung dan jumlah populasi panda di habitat aslinya.

b) Diplomasi panda terhadap Jepang ini berhasil menarik perhatian masyarakat dan media

Jepang. Hal ini terlihat dari banyaknya produk merchandise berbentuk panda dan antusiasme pengunjung panda Ri Ri dan Shin Shin di kebun binatang Ueno dan kedatangan panda yang diliput media televisi NHK.

c) Pelaksanaan diplomasi panda sebagai diplomasi publik Tiongkok terhadap Jepang ini merupakan upaya Tiongkok dalam membentuk citra sebagai negara yang ramah dan bersahabat. Diplomasi panda juga untuk mempromosikan nilai-nilai perdamaian dan sikap bersahabat kepada masyarakat Jepang. Diplomasi panda berhasil membentuk kesadaran akan pentingnya menjaga populasi fauna panda yang mengalami kelangkaan dengan terbentuknya PPIJ (*The Panda Protection Institute of Japan*) di Jepang. Diplomasi panda pun dapat membentuk pemahaman bahwa keterlibatan masyarakat Jepang di dalam diplomasi panda ini menjadi penguat hubungan bilateral Tiongkok dan Jepang

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Leo (2018): *Sejarah Asia Timur*. 3rd ed. Yogyakarta: Penerbit Ombak (1).
- Aoki, Mizuho; Otake, Tomoko. 2017. *Giant Panda Shin Shin Gives Birth to Cub — And Hope — at Ueno Zoo*. <https://www.japantimes.co.jp/news/2017/06/12/national/giant-panda-tokyos-ueno-zoo-baby-first-birth-five-years/#.XSQ7aT8zbtS>, diakses 9 Juli 2019.
- Asian Games XIII Bangkok. *The Origin of the Asian Games History*. <http://www.peopledaily.com.cn/english/AsianGames/history.html>, diakses 28 Mei 2019.
- Baker, Steve (1993): *Picturing the Beast: Animals, Identity and Representation*. Manchester, UK and New York, NY: Manchester University Press.
- BBC. 2005. *China's Panda Ambassador*. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/4508873.stm>, diakses 29 Mei 2019.
- BBC. 2011. *Scottish Salmon Leaps into Chinese Markets*. <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-scotland-business-12169191>, diakses 27 Mei 2019
- Buckingham, Carmel; David, William; Jepson, Paul (2013): *Diplomats and Refugees: Panda Diplomacy, Soft "Cuddly" Power, and the New Trajectory in Panda Conservation*.
- CITES. 1996. *Loans of Giant Pandas*. <https://www.cites.org/sites/default/files/eng/notif/1996/932.shtml>, diakses 26 Mei 2019
- Cushing, Nancy; Markwell, Kevin (2009): *Platypus Diplomacy. Animal Gifts in International Relations*. *Journal of Australian Studies* 33 (3), p. 255.
- Dickie, Mure. 2005. *China Brings 'Panda Diplomacy' to Bear on Taiwan*. <https://www.ft.com/content/fad493ae-be72-11d9-9473-00000e2511c8>, diakses 26 Mei 2019.
- Ellis, Susi; Pan, Wenshi; Xie, Zhong; Wilt, David E. (2006): *The Giant Panda as a Social, Biological and Conservation Phenomenon*. Cambridge: Cambridge University Press.
- G, Katherine. 2000. *China and Japan: Economic Partnership to Political Ends, in Economic Confidence-Building and Regional Security*, ed. Michael Krepon and Chris Gagné. Washington, DC: Henry L. Stimson Center, Report No. 36, October 2000), pp. 56–57. www.stimson.org/southasia/pdf/burnspdf.pdf, diakses 9 Mei 2019.
- Gold, T.; D. Guthrie, and D. Wank (2002): *Social Connections in China. Institutions, Culture, and the Changing Nature of Guanxi*, p. 275.
- Hartig, Falk (2013): *Panda Diplomacy: The Cutest Part of China's Public Diplomacy* 8 (1), pp. 49–78. DOI: 10.1163/1871191X-12341245.
- Hartig, Falk (2016): *How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests*. *International Studies Review*, viw007. DOI:10.1093/isr/viw007.
- Hua, Lim (2001): *Peranan Jepang di Asia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, p: 271 di dalam Muhammad Yayin. 2008. *Tingkat Ekonomi Jepang-Cina dan Dampaknya Terhadap Stabilitas Politik Kedua Negara*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Imbriaco, A. (2006): *The Giant Panda: Help Save This Endangered Species! Saving Endangered Species Series*. Berkeley Heights, NJ: MyReportLinks.com.
- Juwondo (1991): *Hubungan Bilateral: Definisi dan Teori*. Jakarta: Rajawali Press.
- Juwondo (1991): *Hubungan Bilateral: Definisi dan Teori*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kasogi, Adnan. 2017. *Kepentingan Tiongkok Melakukan Diplomasi Publik melalui Olimpiade Beijing 2018*. <https://www.neliti.com/id/publications/206449/kepentingan-tiongkok-melakukan-diplomasi-publik-melalui-olimpiade-beijing-2018> (diakses pada 15 Januari 2019).
- Lin, W. (2009): *China's Panda Diplomacy*. Available online at <http://www.mac.gov.tw/public/attachment/052716233690.pdf>.
- Live Japan. 2019. *Top 10 Popular Souvenirs at Tokyo Stations*. https://livejapan.com/en/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-tokyo_train_station/article-a0001897/, diakses pada 9 Juli 2019.

