

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diplomasi publik bertujuan untuk menciptakan ketertarikan masyarakat terhadap suatu negara, memperbaharui kesan tentang mereka serta mengubah opini buruk.¹ Diplomasi publik memberi pengaruh kepada orang (mendorong perusahaan melakukan investasi).² Diplomasi publik tidak hanya bisa dilakukan secara formal oleh antar pemerintah atau perwakilan resmi negara saja, tetapi juga bisa dilakukan secara informal oleh aktor nonpemerintah negara seperti bisnis, media, MNCs, organisasi nirlaba atau LSM, komunitas, maupun individu atau masyarakat suatu negara.³

Diplomasi publik membantu memberikan pemahaman atas sikap, institusi, kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negara, kepentingan nasional serta budaya.⁴ Pemahaman budaya yang dimaksud antara lain bahasa, makanan, dan kepercayaan agama telah membuat sebagian besar orang asing berpikir bagaimana Tiongkok saat ini. Diplomasi publik juga memberikan pemahaman atas kepentingan nasional, kepentingan nasional Tiongkok yaitu untuk meyakinkan dunia tentang niat ramah mereka untuk meningkatkan imagenya.⁵ Dengan hal ini Tiongkok dapat mencapai pengakuan yang lebih baik.

¹ Mark Leonard, "Public Diplomacy" London: The Foreign Policy Centre, 2002 : 9-11

² Mark Leonard, "Public Diplomacy"

³ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations", Palgrave Macmillan
http://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft_power/The_New_Public_Diplomacy

⁴ J. Wang, "Public Diplomacy and Global Business", The Journal of Business Strategy Vol.27 No. 3 (2006): 49-58

⁵ Falk Hartig, "How Chinese Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests," International Studies Review 18, no. 4 (2016): 655–680.

Tiongkok-Indonesia memiliki hubungan yang selalu solid hingga selamanya. Hubungan persahabatan di antara kedua negara telah bersejarah panjang. Indonesia adalah negara tetangga yang penting bagi Tiongkok, dan demikian pula sebaliknya. Indonesia adalah salah satu negara pertama yang membangun hubungan diplomatik dengan Tiongkok segera setelah berdirinya Republik Rakyat Tiongkok. Dalam beberapa tahun terakhir, di bawah kepemimpinan Presiden Xi Jinping dan Presiden Jokowi, hubungan kedua negara berkembang dalam jalur kemajuan sangat pesat. Hubungan bilateral kedua negara saat ini berada pada masa yang terbaik sepanjang sejarahnya.⁶ Dalam beberapa tahun terakhir, Tiongkok menghabiskan sekitar US\$9 miliar per tahun untuk diplomasi publik dan kegiatan lain yang berkaitan dengan *soft power* untuk mendapatkan lebih banyak pengakuan dari pihak Indonesia.⁷ Tiongkok telah menyadari kebutuhan dan hambatan yang mungkin dihadapi Indonesia, oleh karena itu Tiongkok mulai menyebarluaskan budaya dan nilai-nilainya untuk menghapus pandangan dunia internasional terhadap Tiongkok yang memperlihatkan bahwa Tiongkok adalah negara penuh masalah dan konflik.

Hal tersebut terlihat bahwa di Indonesia sendiri masih terdapat respon dan sentimen negatif terhadap Tiongkok. Sentimen anti-Tiongkok atau *Sinophobia* yaitu ketakutan atau ketidaksukaan terhadap Tiongkok, orang

⁶ Xiao Qian Duta Besar Tiongkok untuk Indonesia,” Kemajuan Tiongkok dan Hubungan Tiongkok-Indonesia”,Media Indonesia,oktober 10, 2019
<https://mediaindonesia.com/opini/264458/kemajuan-tiongkok-dan-hubungan-tiongkok-indonesia>
diakses 31 Agustus 2023

⁷ Ian Hall and Frank Smith, “The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition,” Asian Security 9, no. 1 (2013): 1–18.

Tionghoa, atau budaya Tiongkok.⁸ Sebuah survei terhadap 2.020 responden pada Januari 2020 oleh lembaga survei Indikator Politik Indonesia menemukan bahwa sentimen anti- Tiongkok di Indonesia masih ada.⁹ Sentimen anti-Tiongkok telah mengakar di Indonesia sejak lama.¹⁰ Sentimen anti-Tiongkok baru-baru ini juga dipicu oleh pengaruh perkembangan ekonomi Tiongkok yang bertumbuh dengan baik di Indonesia.¹¹ Sebuah survei tahun 2022 oleh ISEAS-Yushof Ishak mengungkapkan bahwa 65,9% responden Indonesia menyatakan keprihatinan atas pengaruh ekonomi Tiongkok yang semakin besar di Indonesia. Dan sebanyak 25,4% responden Indonesia menilai kebangkitan Tiongkok berpengaruh negatif terhadap Indonesia.¹²

Meningkatnya peran Tiongkok di Indonesia telah mendorong meningkatnya sentimen negatif. Hal ini berakar tidak hanya pada sejarah panjang sentimen anti-Tiongkok di Indonesia, yang telah diperburuk oleh serbuan Tiongkok di Laut Tiongkok Selatan dan COVID-19. Dengan munculnya pandemi COVID-19, membuat sentimen ini semakin kuat.¹³

⁸ Harper Collins, sinophobia "Fear of or contempt for Tiongkok, its people, or its culture" The American Heritage Dictionary of the English Language, Online Edition. <https://ahdictionary.com/word/search.html?q=Sinophobic> diakses 3 Juli 2023

⁹ Muhammad Zulfikar and Habib Pashya "In Indonesia , Confucius Institutes Struggle to Dislodge AntiChinese Sentimen" The Diplomat, Desember 17, 2020 <https://thediplomat.com/2020/12/in-Indonesia-confucius-institutes-struggle-to-dislodge-anti-chinesesentimen/> diakses 15 Maret 2023

¹⁰ M Rakhmat W Aryansyah "Rising Anti-Chinese Sentimen In Indonesia " The Asean post, July 4, 2020 <https://theaseanpost.com/article/rising-anti-chinese-sentimen-Indonesia> diakses 15 Maret 2023

¹¹ Rahmat, M. Z., & Aryansyah, W. "Rising Anti-Chinese Sentiment in Indonesia", THE ASEAN POST, Juli 4, 2020 <https://theaseanpost.com/articlerising-anti-Chinese-sentiment-Indonesia?amp> diakses 19 Oktober 2023

¹² Muhammad Zulfikar dan Yeta Purnama "Mixue on the march: ice cream serves soft power for China in Southeast Asia" The Conversation, Juli 17, 2023 <https://theconversation.com/mixue-on-the-march-ice-cream-serves-soft-power-for-china-in-southeast-asia-203670> Diakses 24 Juli 2023

¹³ Rakhmat, M. Tiongkok's Educational Expansion in Indonesia . The Diplomat: ASEAN BEAT, February 15, 2019

Terutama juga terhadap perlakuan buruk Tiongkok terhadap Uyghur di Xinjiang.

Beriringan dari adanya sentimen negatif Indonesia terhadap Tiongkok atau sentimen anti-Tiongkok tersebut, saat ini di Indonesia munculnya fenomena yang populer dari Zhengzhou, Henan, Tiongkok yaitu Mixue Ice Cream and Tea yang berdiri pada Juni 1997. Mixue Ice Cream and Tea kini memiliki 22.276 gerai diseluruh dunia dan diprediksi akan terus bertambah pada penghujung tahun 2022 yang diperkirakan totalnya akan ada 30 ribu gerai Mixue Ice Cream and Tea di seluruh dunia.¹⁴ Di tahun 2018, kepopuleran Mixue Ice Cream and Tea pun semakin meluas dengan pembukaan gerai pertama di Hanoi, Vietnam. Di negara asalnya (Tiongkok), hingga Maret 2021 Mixue Ice Cream and Tea telah membuka 21.619 gerai.¹⁵

Mixue, sebagai perusahaan multinasional yang berkantor pusat di Tiongkok, memiliki kekuatan ekonomi dan keuangan yang signifikan. Tiongkok sebagai negara dengan ekonomi terbesar kedua di dunia memiliki pengaruh global yang kuat. Dalam hal ini, kekuatan Tiongkok sebagai negara asal Mixue memberikan keuntungan strategis bagi perusahaan tersebut dalam ekspansi di Indonesia. Tiongkok telah mengembangkan hubungan ekonomi yang erat dengan Indonesia melalui program "Belt and Road" serta investasi langsung

<https://thediplomat.com/2019/02/Tiongkoks-educational-expansion-in-Indonesia/> diakses 15 Maret 2023

¹⁴ Nikkei staff writer, "\$1 bubble teas fuel Chinese drink chain Mixue ice cream and te's rise to the top" Nikkei Asia, Oktober 20, 2022

<https://asia.nikkei.com/Business/Food-Beverage/1-bubble-teas-fuel-Chinese-drink-chain-Mixueice-cream-and-tea-s-rise-to-the-top> diakses 15 Maret 2023

¹⁵ Rindi Salsabila, "Sering lihat gerai Mixue ice cream and te berdekatan? Ternyata ini alasannya"

CNBC Indonesia, Desember 31, 2022

<https://www.cnbcIndonesia.com/lifestyle/20221230215526-33-401684/sering-lihat-gerai-Mixueice-cream-and-te-berdekatan-ternyata-ini-alasannya> diakses 15 Maret 2023

asing yang signifikan. Mixue dapat memanfaatkan kekuatan Tiongkok sebagai basis untuk mengamankan dukungan politik dan ekonomi dalam ekspansinya di Indonesia. Dalam konteks ini, ekspansi Mixue di Indonesia dapat dipahami sebagai bagian dari dinamika global yang melibatkan negara-negara dan perusahaan-perusahaan besar.¹⁶ Ekspansi yang dilakukan oleh Mixue Ice Cream and Tea secara besar-besaran merupakan strategi dari Tiongkok untuk memperluas pasarnya. Pasar tersebut mempunyai intervensi yang sangat minimal dari pemerintah, atau fenomena dimana pemerintah menurunkan batasan pada peraturan mengenai *market entry*, sekaligus mempermudah perusahaan asing untuk menanamkan modalnya.¹⁷

Mixue berusaha untuk melakukan penyesuaian dengan kebudayaan lokal Indonesia baik dalam harga yang terjangkau dan rasa yang bisa bersaing dengan toko es krim lainnya untuk dapat menarik perhatian dalam proses promosi dan kerja sama. Terbukti strategi ini berhasil dengan semakin banyaknya gerai Mixue Ice Cream & Tea yang dibuka di berbagai negara seperti Indonesia, Thailand, Filipina, Singapura, Malaysia hingga Jepang. Gerai Mixue Ice Cream and Tea itupun telah populer di berbagai negara Asia Tenggara. Mixue Ice Cream and Tea saat ini setidaknya memiliki 1000 gerai waralaba di negara-negara Asia Tenggara termasuk di Indonesia.¹⁸ Di Indonesia sendiri, Mixue Ice Cream and Tea diketahui telah hadir sejak tahun 2020. Gerai Mixue Ice Cream

¹⁶ Sayhita Ariatna, "Melihat unsur Geopolitik dalam ekspansi Mixue di Indonesia" Yoursay.id, Mei 31, 2023 <https://yoursay.suara.com/kolom/2023/05/31/173921/melihat-unsur-geopolitik-dalam-ekspansi-mixue-di-indonesia> diakses 6 Agustus 2023

¹⁷ Jessica Stephanie Sembiring, "Analisis Glokalisasi Mixue : Peran Dan Dampaknya Dalam Kacamata Neoliberalisme," no. June (2023).

¹⁸ Abu Hurairah, "Arti kata Mixue ice cream and te viral di tiktok dan twitter? ini sejarah lengkapnya", Tribun news, Desember 28, 2022 <https://sumsel.tribunnews.com/2022/12/28/arti-kata-Mixueicecreamandte-viral-di-tiktok-dan-twitter-ini-penjelasan-dan-sejarah-lengkapnya> diakses 15 Maret 2023

and Tea pertama kali masuk di Cihampelas Walk, Bandung. Dan saat ini gerai perusahaan asal Zhengzhou, Henan, Tiongkok itu di seluruh Indonesia sudah lebih dari 300 gerai.¹⁹

1.2 Rumusan Masalah

Terlepas dari banyaknya hubungan kerjasama di antara Indonesia-Tiongkok, sentimen anti-Tiongkok tetap ada di Indonesia. Adanya persepsi negatif kemudian berdampak pada opini publik Indonesia mengenai Tiongkok. Saat ini munculnya sebuah fenomena yang populer yaitu Es krim dan teh yang bahan bakunya berasal atau di *impor* dari pabrik Mixue di Tiongkok hal ini beriringan dengan adanya sentimen anti-Tiongkok di Indonesia. Namun, Mixue Ice Cream and Tea masuk dan populer dan telah berekspansi di berbagai negara terutama di Indonesia yang ekspansinya cukup serius, dengan pembukaan gerai yang awalnya hanya di pulau Jawa sekarang telah meluas ke berbagai daerah di luar pulau Jawa.

1.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab oleh peneliti melalui penelitian ini yaitu apa peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia?

1.4 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia.

¹⁹ Tim CNN Indonesia , “Masuk ke RI 2020, Mixue Ice Cream and Tea Kini Punya Ratusan Gerai di Pasar hingga Mal” CNN Indonesia , Desember 29, 2022
<https://www.cnnIndonesia.com/ekonomi/20221229110042-92-893501/masuk-ke-ri-2020-Mixue-ice-cream-and-te-kini-punya-ratusan-gerai-di-pasar-hingga-mal> diakses 15 Maret 2023

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan atau dapat membantu peneliti untuk melihat ide-ide, pendapat, dan kritik tentang topik tersebut yang sebelumnya dibangun dan dianalisis oleh para peneliti sebelumnya. Pentingnya literatur review untuk melihat dan menganalisis nilai tambah penelitian ini dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.
2. Secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan terutama bagi pemangku kepentingan, pembuat kebijakan dan pelaku usaha.

1.6 Studi Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan beberapa referensi utama dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Peneliti menggunakan beberapa bahan bacaan dan penelitian sebelumnya yang relevan. Hal ini berguna sebagai landasan berfikir bagi peneliti dalam membahas topik yang diteliti. Berikut beberapa referensi sebagai acuan dasar dalam penelitian ini sebagai berikut.

Tinjauan pustaka pertama yaitu “Cultural Negotiation through Food Case study: Chinese Soft Diplomacy in Indonesia” yang ditulis oleh Amorisa Wiratri pada tahun 2017.²⁰ Dalam artikel jurnal ini dijelaskan bahwa Makanan adalah salah satu cara umum bagi satu budaya untuk menembus budaya lain melalui para migran. Migran Tionghoa di Indonesia telah memperkenalkan budaya makanan mereka kepada orang Indonesia selama beberapa abad dan

²⁰ Amorisa Wiratri, “Cultural Negotiation through Food Case Study: Chinese Soft Diplomacy in Indonesia ,” *Kawalu: Journal of Local Culture* 4, no. 2 (2017): 21

sekarang orang Indonesia mungkin sulit mengenali makanan lokal, fusion atau Chinese. Makanan Tiongkok sudah menyatu dengan budaya dan orang Indonesia saat ini.

Di Indonesia sebenarnya makanan itu berasal dari berbagai macam, yang dibawa oleh para migran Tiongkok lebih dari dua abad yang lalu. Fenomena ini juga bisa dilihat di Indonesia, khususnya di Jakarta, di mana banyak pendatang Tionghoa datang dan terbentuk masyarakat diaspora. Kajian tentang pangan, khususnya yang berkaitan dengan migrasi dan budaya, masih langka di Indonesia. Namun, hal yang paling signifikan antara gelombang migran lama dan baru adalah orang Tionghoa pada gelombang pertama tidak harus memilih kewarganegaraan, sedangkan setelah Belanda menjajah Indonesia, mereka harus memilih kewarganegaraan, untuk menjadi Tionghoa atau menjadi warga negara setempat. Alhasil, sebagian besar dari mereka, khususnya generasi kedua Tionghoa, lebih memilih menjadi warga negara Indonesia.

Artikel jurnal ini dapat membantu penulis dalam melihat sejarah migrasi Tionghoa di Indonesia, sejarah dan akulturasi makanan Tionghoa di Indonesia dan negosiasi budaya melalui makanan. Adapun yang menjadi pembeda antara artikel yang ditulis oleh Amorisa Wiratri dengan penelitian penulis ialah penulis lebih ingin melihat sejarah-sejarah diplomasi publik Tiongkok melalui makanan sedangkan peneliti lebih ingin menganalisis bagaimana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia melalui Mixue Ice Cream and Tea.

Tinjauan pustaka kedua yaitu "How Tiongkok understand public

diplomacy: the importance of national image for national interest” yang ditulis oleh Falk Hartig pada tahun 2016.²¹ Dalam artikel jurnal ini dijelaskan bahwa Image suatu bangsa sangat menentukan dalam penyelenggaraan hubungan internasional. Sebagai kekuatan yang meningkat, Tiongkok semakin memperhatikan *imagenya*, karena itu semakin banyak berinvestasi dalam diplomasi publiknya. Diplomasi publik, yang secara luas dipahami sebagai keterlibatan dan komunikasi suatu negara dengan publik asing, telah menjadi salah satu bagian penting dari keseluruhan diplomasi Tiongkok dalam beberapa tahun terakhir.

Artikel jurnal ini juga dapat membantu penulis untuk lebih memahami bagaimana Tiongkok melihat dirinya di dunia (terutama disalahpahami), bagaimana Tiongkok memandang lingkungan internasional (berpotensi bermusuhan), dan bagaimana Tiongkok ingin dilihat oleh dunia luar (sebagai negara yang bersahabat, damai, dan mitra terpercaya). Adapun perbedaan artikel yang ditulis oleh Falk Hartig dengan penelitian peneliti yaitu lebih melihat beberapa aspek yang menjadi sorotan debat diplomasi publik Tiongkok.

Tiongkok melihat dirinya sebagai orang baik yang memiliki satu-satunya tujuan adalah untuk meyakinkan dunia tentang niat ramah mereka, sedangkan negara-negara Barat, yaitu Amerika Serikat berupaya menjelekkan Tiongkok dengan aktivitas media dan diplomasi publiknya. Dengan perselisihan antara Tiongkok dan barat tersebut melalui diplomasi publik, mereka berusaha mencari keuntungan masing-masing. Dan dalam hal ini

²¹ Falk Hartig, “How Chinese Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests,” *International Studies Review* 18, no. 4 (2016): 655–680.

komunikasi sangat penting dan kesuksesan bergantung tidak hanya pada pasukan siapa yang menang, tetapi juga pada siapa yang mengkomunikasikan negaranya dengan baik (dengan melalui diplomasi publik). Sedangkan penelitian peneliti ingin melihat apakah dengan Peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia cukup meningkatkan persepsi positif tentang Tiongkok di Indonesia .

Tinjauan pustaka ketiga yaitu “Tiongkok's public diplomacy: evolution, challenges, and the Greek case” yang ditulis oleh Zacharias pada tahun 2021.²² Artikel jurnal ini menjelaskan bahwa diplomasi publik Tiongkok telah lama berkembang selama bertahun-tahun. Tekanan dan kepekaan negara yang terus-menerus untuk menciptakan *image* positif dan ditampilkan sebagai aktor global yang bertanggungjawab telah memaksa kepemimpinan Tiongkok untuk berinvestasi dengan hati-hati dalam praktik *soft power* dan komunikasi. Dengan hal itu mendorong negara lain untuk memandang negara yang melakukan diplomasi publik dengan positif, hal ini merupakan salah satu kepentingan nasional Tiongkok. Tak hanya itu diplomasi publik juga dapat mempengaruhi pihak-pihak dari luar negeri dan menciptakan relasi antar negara.

Dapat dilihat bahwa dengan adanya kecurigaan publik dan elit Barat serta anggapan bahwa Beijing menimbulkan ancaman bertingkat, hal itu telah menjadi pusat perhatian. Penjajahan tentang profil internasional negara tersebut tentu saja terkait dengan kepentingan nasional Tiongkok. Belt dan Road Inisiatif (BRI) misalnya dan investasi serupa yang kurang besar di bidang ekonomi dapat dipertaruhkan jika negara digambarkan secara negatif. Inilah

²² Georgios Zacharias, “Chinese’s Public Diplomacy: Evolution, Challenges, and the Greek Case,” *Journal of Liberty and International Affairs* 6, no. 3 (2021): 79–89.

sebabnya mengapa upaya diplomasi publik lebih intens beberapa tahun terakhir di negara-negara kunci tertentu seperti Yunani.

Dari hal di atas dapat dilihat bahwa artikel jurnal ini dapat membantu peneliti dalam melihat bahwa dalam studi kasus Yunani, Tiongkok memang berhasil menyapa publik Yunani yang mendapatkan kekaguman dan kepercayaannya sebagai mitra ekonomi potensial. Adanya persentase tinggi warga negara Yunani yang mendukung warga negara Tiongkok, dan Tiongkok secara umum menunjukkan keberhasilan praktik Tionghoa di negara tersebut. Tentu saja, promosi tradisi budaya Tiongkok dan kepentingan ekonomi bersama adalah beberapa poin kunci utama yang mengembangkan persepsi Yunani saat ini. Hal itu juga membantu peneliti dalam melihat sentimen Tiongkok di negara selain Indonesia. Namun demikian, Yunani hanyalah salah satu dari sedikit kasus negara-negara Barat yang melihat Tiongkok secara positif. Adapun perbedaan artikel yang ditulis oleh Zacharias dengan penelitian peneliti yaitu lebih melihat peluang dan tantangan diplomasi publik Tiongkok dan masih mengira - ngira perkembangan diplomasi publik sedangkan peneliti ingin melihat diplomasi publik Tiongkok melalui peran Mixue Ice Cream and Tea di Indonesia serta mengevaluasi keberlangsungan diplomasi publik.

Tinjauan pustaka ke empat yaitu “Mixue Glocalization Analysis: Its Role and Impact from a Neoliberalist Perspective” yang di tulis oleh Jessica Sthepani pada tahun 2023.²³ Jurnal ini menjelaskan neoliberalisme dianggap lebih menitikberatkan pada hubungan antar aktor dalam hubungan internasional yang secara bebas berkolaborasi dengan aktor lain. Selain itu juga dapat dilihat

²³ Jessica Stephani, “Mixue Glocalization Analysis: Its Role and Impact from a Neoliberalist Perspective” *Global Startegy*, June (2023)

sebagai cara pandang yang menekankan pentingnya institusi dalam menyelesaikan potensi konflik. Hal ini menunjukkan bahwa negara bukan lagi satu-satunya pemain kunci. Peran lembaga, individu, perusahaan multinasional dan aktor lainnya memiliki dampak yang sama pentingnya dengan negara. Teori neoliberalisme juga menyatakan mengenai free market dan free trade. Hal ini bahwa kebebasan individu yang dijamin melalui pasar bebas dan perdagangan merupakan salah satu pilar utama dalam ideologi neoliberalisme. Kebebasan individu yang tercipta dalam konteks neoliberalisme tercermin dalam kepemilikan properti pribadi, bisnis, perusahaan multinasional, dan modal finansial. Proyek neoliberal memiliki tujuan untuk menghilangkan hambatan-hambatan yang ada dalam ekonomi liberalisme terkait modal. Dalam neoliberalisme, hambatan-hambatan politik dan sosial dalam regulasi lingkungan ekonomi dan industri, seperti kepemilikan faktor-faktor kunci, dibebaskan.

Selain itu juga dijelaskan mengenai glokalisasi adalah interpenetrasi global dan lokal untuk menghasilkan hasil yang unik di berbagai wilayah dunia. Perspektif glokalisasi mengakui bahwa dunia menjadi lebih pluralistik, di mana individu dan kelompok lokal memiliki kekuatan untuk beradaptasi dan berinovasi dalam konteks yang terglokalisasi. Proses glokalisasi dipengaruhi oleh reaksi sosial yang beragam terhadap globalisasi, dan komoditas serta media dilihat sebagai sumber daya yang digunakan oleh individu dan kelompok dalam kreativitas mereka di wilayah yang terglokalisasi. glokalisasi melibatkan tindakan lokal untuk mengubah, menyesuaikan, dan mengadaptasi produk atau fenomena global agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan lokal. Oleh

sebab itu glokalisasi adalah proses dimana elemen-elemen global tidak hanya diterima mentah mentah, tetapi disesuaikan dengan preferensi lokal untuk menciptakan pengalaman yang lebih autentik dan sesuai dengan budaya setempat.

Dari hal di atas dapat dilihat bahwa artikel jurnal ini juga dapat membantu penulis untuk mengetahui bahwa Neoliberalisme optimis dan fokus terhadap kerjasama antar negara atau dengan non-negara. Hal ini dibuktikan dengan Mixue sebagai perusahaan multinasional yang secara tidak langsung memfasilitasi kerjasama Tiongkok dengan Indonesia sebagai aktor negara dalam konteks perekonomian. Glokalisasi yang dilakukan oleh Mixue serta ekspansi besar-besaran merupakan strategi dari Tiongkok untuk memperluas pasarnya. Terbukti strategi ini berhasil dengan semakin banyaknya gerai Mixue Ice Cream & Tea dibuka seperti Indonesia, Singapura, Jepang, dan menyebar juga ke benua sebelah yaitu di negara Australia dan Selandia Baru. Oleh karena itu dibuktikan bahwa perspektif neoliberalisasi dapat digunakan untuk mengkaji kerjasama baik antar negara maupun non-negara dalam pengaruhnya bagi struktur negara. Adapun perbedaan penelitian ini yaitu Jessica Stephani menganalisis Mixue Ice Cream and Tea melalui perspektif neoliberalism sedangkan penulis menganalisis Peran Mixue Ice Cream and Tea melalui Perspektif diplomasi publik dan global bisnis oleh Jay Wang.

Tinjauan pustaka kelima yaitu “Analyzing the phenomenon of increase of brand awareness of Mixue Ice cream and Tea in Chinese mark trough para-

social interactivity theory” yang di tulis oleh Beini Li pada tahun 2022.²⁴ Artikel jurnal ini menjelaskan tentang fenomena Mixue Ice Cream and Tea yang sekarang terkenal, dan pembukaan gerainya yang sudah banyak di berbagai negara. Tak hanya itu artikel jurnal ini juga mengeksplorasi bagaimana media sosial berdampak Mixue Ice Cream and Tea terutama pada perkembangan kesadaran merek. Mixue Ice Cream and Tea meninggalkan kesan mendalam bagi para pelanggannya, mulai dari keunikan merek, bahan dasar yang di impor dari Tiongkok, serta keunikan *icon* Mixue Ice Cream and Tea yang bermula dari lagu “ Mì Xuě Bīng Chéng Zhū Tí Qū”. Maskot Mixue Ice Cream and Tea juga mengembangkan *image* positif secara umum di mata pelanggan.

Selama COVID-19, seluruh ekonomi telah terpengaruh dan umumnya berjalan negatif. Selama perkembangan dari teknologi, media sosial menjadi banyak digunakan dan populer, banyak merek membuat akun mereka di media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka dan mengetahui kebutuhan pelanggan mereka. Media sosial juga telah menjadi pilihan strategi pemasaran yang lebih baik dan lebih murah untuk meningkatkan kesadaran merek. Dengan berbagai hal tersebut melalui media sosial lebih meningkatkan aspek yang berbeda antara merek lainnya.

Dari hal di atas dapat dilihat bahwa artikel jurnal ini juga dapat membantu penulis untuk mengetahui informasi mengenai Mixue Ice Cream and Tea. Adapun perbedaan penelitian yang ditulis oleh Beini Li yaitu dalam

²⁴ Beini Li, “Analyzing the Phenomenon of the Increase of Brand Awareness of Mixue Ice Cream and Tea in Chinese Market through Para-Social Interactivity Theory” BCP Business & Management no.33 June (2022): 421–426.

penelitian ini lebih melihat bagaimana penggunaan media sosial dapat berdampak dalam meningkatkan *brand awareness* Mixue Ice Cream and Tea, sedangkan penelitian yang ingin diteliti peneliti lebih ingin melihat dengan adanya Mixue Ice Cream and Tea dapat berdampak pada *image* Tiongkok dan persepsi masyarakat Indonesia terhadap Tiongkok. Diplomasi publik sendiri sepenuhnya merupakan konsep baru yang diterapkan dalam beberapa tahun terakhir ketika Tiongkok mendapatkan banyak perhatian masyarakat internasional karena kebangkitan kekuatannya melampaui Jepang dan sebagian besar negara Asia. Namun, secara eksplisit, Tiongkok sendiri tidak menyebut diplomasi atau pengenalan negara melalui makanan itu sebagai gastrodiplomasi. Kebanyakan di beberapa jurnal lainnya Tiongkok bahkan lebih menyebut hal tersebut sebagai diplomasi publik Tiongkok.

Berdasarkan tulisan – tulisan di atas yang penulis gunakan sebagai tinjauan pustaka, penelitian penulis melihat ingin melihat peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi Tiongkok di Indonesia. Dan dalam melakukan pengembangan strategi produksi produk budayanya, Tiongkok berupaya dalam upaya mempertahankan penerimaannya di berbagai negara. Salah satu tindakan yang dilakukan yaitu mengupayakan strategi lokalisasi dengan mendekati pasar lokal di negara lain, contohnya dalam pendirian dan persebaran gerai Mixue Ice Cream and Tea. Selain itu juga dalam hubungan internasional sendiri, masih belum ada yang meneliti mengenai peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia jadi hal inilah yang membedakan penelitian penulis dengan tinjauan – tinjauan pustaka yang penulis gunakan. melalui makanan itu sebagai gastrodiplomasi.

Kebanyakan di beberapa jurnal lainnya Tiongkok bahkan lebih menyebut hal tersebut sebagai diplomasi publik Tiongkok.

1.7 Kerangka Konseptual

Untuk dapat menganalisis sebuah permasalahan, maka dibutuhkan sebuah alat bantu berupa teori, konsep atau pendapat para ahli sehubungan dengan objek yang ingin dikaji oleh penulis. Sebuah teori yang terdiri dari kumpulan yang tersusun dalam suatu pemikiran berdasarkan beberapa fakta dibutuhkan sebagai pegangan pokok bagi penulis

1.7.1 Diplomasi Publik dan Bisnis Global

Melissen mendefinisikan diplomasi publik saat ini tidak lagi hanya berkaitan dengan pesan, kampanye promosi, atau bahkan kontak langsung pemerintah demi promosi kebijakan luar negerinya tapi juga membangun hubungan dengan masyarakat sipil negara lain dan memfasilitasi jaringan atau *networks* antara aktor nonpemerintah baik di dalam negeri maupun di negara lain.²⁵

Selain itu, Gilboa juga berpendapat bahwa diplomasi publik tidak hanya interaksi antara negara dan non-negara, melainkan pemanfaatan *soft power* berupa opini publik, penataan media, serta manajemen informasi sehingga pembentukan nation branding lebih mudah dan bermanfaat dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya membangun opini publik menggunakan *soft power* yang dimiliki negara, namun ruang dalam opini publik juga semakin tidak terbatas.²⁶ Maka tidak mengherankan jika

²⁵ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Soft power in International Relations", (Palgrave Macmillan), diakses pada 08 Maret 2021

²⁶ Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy," The ANNALS of the American

tantangan yang dihadapi oleh praktisi pemerintah dalam diplomasi publik juga berubah. Untuk memanfaatkan sumber daya yang ada, mereka harus lebih sering secara efektif menggembelng upaya-upaya yang berbeda.

Pada penelitian ini penulis lebih berfokus menggunakan konsep *public diplomacy and global business* oleh Jay Wang. Dan konsep ini dirasa cocok karena adanya hubungan atau keterkaitan antara diplomasi publik dan bisnis global. Diplomasi publik dan bisnis global adalah dua hal yang saling terkait, karena keduanya bertujuan untuk mempromosikan kepentingan nasional dengan cara yang positif. Selain itu Jay Wang juga mengemukakan bahwa global bisnis dapat membantu diplomasi publik dengan cara meningkatkan kemampuan negara dalam mempromosikan budaya, nilai, dan *image* positif melalui produk serta jasa dan lain sebagainya, yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan nasional. Global bisnis juga dapat meningkatkan hubungan antara negara dengan negara lain melalui investasi dan kemitraan bisnis begitupun sebaliknya. Menurut Wang, ruang lingkup diplomasi publik perlu mencerminkan perubahan susunan partisipasi sipil global. Lalu, ditambah juga dengan pentingnya untuk mencapai pemahaman yang berbeda tentang persepsi dan sikap publik global terhadap negara tertentu.

Dalam tulisan ini, Jay wang melihat diplomasi publik sebagai suatu usaha untuk mempertinggi mutu komunikasi antara negara dengan masyarakat. Dampak yang ditimbulkan meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, dan dalam pelaksanaannya tidak lagi dimonopoli oleh pemerintah. Wang juga menguraikan bahwa diplomasi publik bukanlah sebuah konsep yang memiliki

makna tunggal, melainkan sebuah tindakan multidimensi yang mencakup tiga tujuan penting dalam prosesnya.²⁷ Adapun tiga tujuan utama *diplomacy public and global business*, yaitu:

- (1) Mempromosikan tujuan dan kebijakan negara, kegiatan yang dapat mewakili upaya negara, baik melalui individu atau lembaga resmi dan swasta, untuk berkomunikasi dengan publik. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun tidak diinisiasi oleh pemerintah secara langsung, namun dapat memobilisasi tujuan diplomasi publik yaitu mengenai kebijakan luar negeri, mempromosikan cita-cita budaya, dan membangun hubungan.
- (2) Membentuk komunikasi nilai dan cita-cita, karena komunikasi pada akhirnya memainkan peran penting dalam membentuk dan mengubah persepsi dan sikap publik. Hal ini bertujuan dalam mencapai pemahaman yang lebih berbeda tentang persepsi dan sikap publik global terhadap negara tertentu. Diplomasi publik dan global bisnis dapat membangun jembatan antara masyarakat internasional dan negara, sehingga membantu menciptakan pemahaman yang lebih baik dan lebih luas antara negara dan masyarakat.
- (3) Sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman bersama dan saling percaya antara negara dan masyarakat, tujuan terakhir diplomasi publik dan global bisnis melalui dialog dan pertukaran informasi yang terbuka, diplomasi publik dan global bisnis dapat membantu memperkuat hubungan dan membangun kepercayaan antara negara dan masyarakat internasional. Dalam hal ini, diplomasi publik dan global bisnis dapat membantu mengurangi ketegangan

²⁷ Jay Wang. "Public Diplomacy and Global Business." *Journal of Business Strategy* 27 no, 3 (2005) 41-49. diakses pada 31 Agustus 2023

dan konflik antara negara dan memperbaiki hubungan internasional secara keseluruhan.

Mengacu pada tujuan tersebut, diplomasi publik menekankan pada pesan yang dapat dilakukan oleh siapa saja. Hal ini terlihat bahwa perusahaan multinasional membawa pandangan global yang sangat dibutuhkan untuk mengelola hubungan internasional dan diplomasi publik. Selain itu, banyak perusahaan multinasional, melalui mereknya, menjadi perwakilan nasional yang disukai dan terlihat di luar negeri. Perusahaan multinasional telah mengumpulkan pengetahuan yang luas dan mendalam tentang kebiasaan media konsumen yang tidak hanya relevan dengan pekerjaan diplomasi publik, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitasnya.

1.8 Metodologi Penelitian

Metodologi memiliki peran yang sangat penting sebagai acuan dan prosedur yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh pengetahuan dari topik ini sebagai bagian dari kajian hubungan internasional.

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memutuskan untuk menggunakan metode kualitatif ini karena dapat membantu menjelaskan dan mendeskripsikan serta menggali lebih dalam lagi data terkait peran mixue ice cream and tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia. Metode kualitatif merubah data menjadi temuan (findings). Memang tidak ada formula untuk itu Tidak ada alat ukur untuk mengetahui validitas dan realibilitas. Tidak ada aturan yang absolute. Mungkin ada arahan tetapi tujuan akhir adalah unik untuk setiap

peneliti. Setiap studi kualitatif adalah unik. Pendekatan analisisnya juga unik. Hal ini sangat tergantung pada keahlian, insight, training dan kemampuan peneliti.²⁸

Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksploratif, jenis penelitian ini dimaksudkan untuk menjajaki suatu fenomena baru yang mungkin belum ada pada penelitian yang dilakukan sebelumnya. Penelitian yang masalah (*problemnya*) belum pernah dijajaki, belum pernah diteliti orang lain. Penelitian ini lebih menggali tentang apa sebenarnya yang terjadi dengan kondisi fenomena sosial tertentu (lebih menekankan pada pertanyaan “Apa atau *What*”) keluwesan dengan rancangan penelitian yang bisa terus berubah mengingat belum ada panduan dalam menemukan data atau informasi yang penting, karena itu penelitian eksploratif seringkali menggunakan teknik kualitatif dalam pengumpulan data serta tidak terlalu terpaku pada teori dan pertanyaan penelitian yang disusun sejak awal. Dengan pertanyaan “*what*” peneliti memperoleh jawaban atau pertanyaan tersebut akan memberikan pemahaman dan pengertian secara mendalam mengenai peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia. Informasi yang terdapat dalam jenis penelitian eksploratif ini sifatnya sangat longgar, fleksibel dan tidak terstruktur. Jumlah sampelnya tidak perlu banyak, dan jika analisis dari data primer, ia lebih bersifat kualitatif.

1.8.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah penulis paparkan, maka penulis perlu membatasi masalah agar pembahasan dalam penelitian ini lebih

²⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Cetakan Kedua Puluh Dua Bandung:Pt. Remaja Rosdakarya Offset, 2006

terfokus. Dalam hal ini, penulis membuat batasan masalah. Batasan waktu yang digunakan untuk membatasi rentang waktu yang dikaji penulis dalam karya tulis ilmiah ini agar tidak melebar jauh dari topik utama. Batasan waktu digunakan untuk membatasi rentang waktu yang dikaji penulis dalam karya tulis ilmiah ini agar tidak melebar jauh dari topik utama. Waktu yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2023 selama penelitian ini berlangsung.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisis berdasarkan penjelasan dari Mohtar Mas' oed adalah objek atau unit yang perilakunya hendak dideskripsikan dan dijelaskan.²⁹ Unit ini juga sering disebut sebagai variabel dependen. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Peran Mixue Ice Cream and Tea. Sedangkan unit yang akan mempengaruhi atau berdampak terhadap unit analisis yang perilakunya akan diamati merupakan unit eksplanasi atau disebut juga dengan variabel independen.³⁰ Unit eksplanasi atau variabel independen sangatlah penting karena dapat menjelaskan unit atau objek yang perilakunya akan diamati serta didefinisikan. Unit eksplanasi dalam penelitian ini yaitu diplomasi publik Tiongkok di Indonesia. Penentuan unit analisis dan unit eksplanasi ini sangat penting guna menemukan sasaran tingkat atau level analisis yang tepat.

Level analisis merupakan tingkatan objek atau unit yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian.³¹ Lima tingkatan analisis yang digunakan dalam sebuah penelitian yaitu tingkat individu, kelompok individu, negara-bangsa,

²⁹ Mohtar Mas' oed, Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi (Jakarta, 1990), diakses pada 6 Mei 2021

³⁰ Mohtar Mas' oed, Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi, 39 .

³¹ Mohtar Mas' oed, Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi, 40.

kelompok negara bangsa, dan sistem internasional.³² Berdasarkan hal tersebut, tingkat analisis dari penelitian ini adalah tingkat kelompok karena unit analisisnya yaitu Mixue Ice Cream and Tea di Indonesia. Perilaku kelompok dijelaskan bahwa individu melakukan tindakan internasional dalam kelompok. Sebenarnya, fenomena internasional ditentukan bukan oleh individu, tetapi oleh kelompok kecil. Yang dengan demikian untuk memahami hubungan internasional kita harus mempelajari perilaku kelompok – kelompok kecil yang terlibat dalam hubungan internasional.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menggunakan data primer yang di peroleh secara langsung dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis. Data yang diperoleh akan berupa persepsi, pendapat, perasaan dan pengetahuan³³

Peneliti membuat pertanyaan yang spesifik dan relevan dengan tujuan survei. Lalu, mengatur format *google form* dengan menggunakan *multiple choices*, teknik ini memungkinkan responden untuk memilih salah satu jawaban dari beberapa opsi yang tersedia. *multiple choices* dapat digunakan untuk pertanyaan dengan jawaban yang jelas dan terbatas, *checkboxes*, teknik ini memungkinkan responden untuk memilih beberapa opsi jawaban dari beberapa opsi yang tersedia. *checkboxes* dapat digunakan untuk pertanyaan dengan jawaban yang lebih fleksibel.

³² Mohtar Mas' oed, Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi, 46.

³³ Dr. J. R Raco ME, MS, Metode penelitian kualitatif : jennies, karakteristik, dan keunggulannya, (penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia , Jakarta 2010) : 108

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. *Skala likert* adalah suatu skala yang umum digunakan dalam kuisisioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei dan *skala likert* berguna hanya untuk mengukur persepsi, pandangan atau pendapat responden.³⁴ Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Biasanya disediakan lima pilihan skala. Pada penelitian ini *skala likert* ini hanya terdiri dari 1 pertanyaan pada kuesioner tersebut dan jumlahnya tidak banyak karena menggunakan data kualitatif. Salah satu jenis skala yang banyak digunakan pada penelitian sosial adalah skala likert. Instrumen penelitian ini menggunakan jawaban yang bertipe *continuous rating scale*. *Continuous rating scale* merupakan skala kualitatif dan termasuk skala rasio, karena skala rasio (angka) maka semua operasi aritmatika dapat dilakukan tanpa kendala. Skala *continuous rating scale* merupakan skala dengan nilai angka.³⁵ Responden diminta mencoret/memberi tanda pada angka/nilai yang dianggap mewakili.

Short answer, teknik ini meminta responden untuk memberikan *short answer* dalam beberapa kata atau kalimat, kuesioner pada awal kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan asal agar sesuai dengan kriteria penelitian sehingga didapatkan hasil yang sesuai. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisis jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam

³⁴ Sumadi Suryabrata, "Metodologi Penelitian", pustaka pelajar, Yogyakarta (2004):28

³⁵ Sugiyono, "Metodologi Penelitian kuantitatif kualitatif R&D" Alfabet, Bandung (2013)

menjawab pertanyaan tertutup. Pertanyaan *google form* ini bersifat pertanyaan tertutup agar memudahkan audiens dalam mengisi data. Penulis membuat pertanyaan-pertanyaan susunan pertanyaan di *google form* tersebut mengacu pada tiga tujuan utama dari konsep yang dipakai penulis yaitu *diplomacy public and global business* oleh Jay Wang.

Persepsi masyarakat merupakan bagian dari tujuan konsep diplomasi publik oleh Jay Wang yang digunakan dalam penelitian. Diplomasi publik tujuannya menciptakan ketertarikan masyarakat terhadap suatu negara, memperbaharui kesan tentang mereka serta mengubah opini buruk.³⁶ Opini masyarakat atau opini publik berpengaruh dalam memperkuat image suatu negara dan sangat berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah baik itu opini yang bersifat negatif maupun opini yang bersifat positif. Dari peran dan tindakan yang dilakukan Mixue tersebut dapat mempengaruhi opini publik mengenai Tiongkok, maka hal ini akan meningkatkan wawasan publik asing terhadap suatu negara sehingga dapat mengembalikan citra suatu negara. Peran Mixue Ice Cream and Tea dimaksudkan untuk membantu mengubah persepsi masyarakat Indonesia terhadap Tiongkok melalui diplomasi publik. Diplomasi publik juga dapat meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap suatu negara, menarik perhatian masyarakat sehingga mempererat hubungan dengan masyarakat di negara lain serta untuk dapat mempengaruhi masyarakat atau perusahaan negara lain untuk berinvestasi ke negaranya³⁷

³⁶ Mark Leonard, "Public Diplomacy" London: The Foreign Policy Centre, 2002 : 9-11

³⁷ Leonard, Mark, Catherine Stead, and Conrad Smewing. Public Diplomacy (London: Foreign Policy Centre). Search in (2002): 9

Proposisi nilai bisnis Internasional dapat membawa ke proses termasuk pandangan dunia global, kompetensi komunikasi dan sumber daya lainnya.³⁸ Perusahaan multinasional juga dapat memberikan dampak positif bagi suatu negara, seperti kegiatan perusahaan multinasional dalam dunia bisnis internasional dapat menambah devisa negara dalam bidang ekspor ataupun impor, selain itu bisa juga mengurangi devisa negara pada saat impor, serta perusahaan multinasional dapat membuka lapangan pekerjaan yang lebih banyak.³⁹

Agar data yang di dapatkan itu signifikan dan sesuai dengan tujuan penelitian karena itu kriteria responden sangat menentukan kevalidan kuesioner, seperti data persepsi Masyarakat Indonesia terhadap Mixue Ice Cream And Tea dalam diplomasi publik yang akan di jelaskan di bawah ini dari identitas responden:

A. Jenis Kelamin Responden

Tabel 1.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah responden | Persentase |
|----|---------------|------------------|------------|
| 1. | Laki-Laki | 157 | 35.6% |
| 2. | Perempuan | 283 | 64.3% |
| | Jumlah | 440 | 100 |

³⁸ Jay Wang, "Public Diplomacy and Global Business," *Journal of Business Strategy* 27, no. 3 (2006): 41–49.

³⁹ Riken Pithaloka, "Pengaruh Status Perusahaan (Multinasional/Domestik) Dan Degree Of Internationalization (DOI) Terhadap Firm Performance", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, Vol.26, No.2 (2016): 222

Dari tabel diatas dapat diketahui, dari 440 orang responden penelitian terdapat 157 atau 35.6 % responden berjenis kelamin laki-laki dan 283 atau 64.3% responden berjenis kelamin perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 440 orang responden dari hasil penyebaran kuesioner pada masyarakat Indonesia tentang peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia didapatkan jumlah kebanyakan responden yaitu dari perempuan dengan jumlah persentase yaitu 64.3% responden.

B. Asal atau Domisili

Tabel 1.2 Jumlah responden Berdasarkan Asal atau Domisili

| No | Asal/Domisili | Jumlah Responden | Persentase |
|----|---------------------|------------------|-------------|
| 1. | Pulau Sumatera | 180 | 40.9% |
| 2. | Pulau Jawa | 158 | 35.9% |
| 3. | Pulau Kalimantan | 55 | 12.5% |
| 4. | Pulau Sulawesi | 35 | 7.9% |
| 5. | Pulau Maluku | 3 | 0.6% |
| 6. | Pulau Nusa Tenggara | 1 | 0.2% |
| 7. | Pulau Bali | 8 | 1.8% |
| | Jumlah | 440 | 100% |

Berdasarkan tabel yang dipaparkan di atas , dari 440 orang responden terdapat 180 atau 40.9% asal pulau Sumatera, 158 atau 35.9% responden asal

pulau Jawa, 55 orang atau 12.5% responden asal pulau Kalimantan, 35 atau 7.9% responden asal Pulau Sulawesi , 3 atau 0.6% responden asal Pulau Maluku, 1 atau 0.6 responden asal Pulau Nusa Tenggara, 8 atau 1.8% responden asal Pulau Bali. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 440 orang responden dari hasil penyebaran kuesioner pada masyarakat Indonesia tentang peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia didapatkan jumlah kebanyakan responden yaitu asal pulau sumatera dengan jumlah 180 atau 40.9%

C. Status Responden

Tabel 1.3 Jumlah Responden Berdasarkan Status

| No | Status | Jumlah Responden | Persentase |
|----|---------------|------------------|------------|
| 1. | Bekerja | 170 | 38.6% |
| 2. | Tidak Bekerja | 6 | 1.36% |
| 3. | Mahasiswa/i | 215 | 57.04% |
| 4. | Pelajar | 49 | 11.1% |
| | Jumlah | 440 | 100 |

Berdasarkan tabel yang dipaparkan di atas , dari 440 orang responden terdapat 170 atau 38.6% responden sudah bekerja, 6 atau 1.36% responden tidak bekerja, 215 atau 57.04% responden mahasiswa/i , 49 atau 11.1% pelajar. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 440 orang responden dari hasil penyebaran kuesioner pada masyarakat Indonesia tentang peran Mixue Ice Cream and Tea

sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia didapatkan jumlah kebanyakan responden yaitu sudah bekerja dengan jumlah 170 atau 38.6%.

D. Usia Responden

Tabel 1.4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia | Jumlah Responden | Persentase |
|----|---------------|------------------|------------|
| 1. | >17 | 52 | 11.8% |
| 2. | 17-23 | 232 | 52.7% |
| 3. | >23 | 156 | 35.4% |
| | Jumlah | 440 | 100 |

Berdasarkan tabel yang dipaparkan di atas , dari 440 orang responden terdapat 52 atau 11.8% responden berusia 17 tahun, 232 atau 52.7% responden berusia 17-23 Tahun, 156 atau 35.4% responden berusia 23 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari 440 orang responden dari hasil penyebaran kuesioner pada masyarakat Indonesia tentang peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia didapatkan jumlah kebanyakan responden yaitu berusia 17-23 tahun dengan Jumlah 232 atau 52.7%

Tak hanya itu nantinya peneliti juga akan mewawancarai karyawan dan manager Mixue Ice Cream and Tea untuk mendapatkan data tambahan secara tidak terstruktur selain data kuesioner yang terstruktur tersebut. Bentuk pengumpulan data dengan wawancara banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. Dalam kegiatan wawancara terdapat dua pihak dengan kedudukan

yang berbeda dalam proses wawancara yaitu pihak pertama sebagai penanya (*interviewer*) dan pihak kedua sebagai pemberi informasi (*information supplier*).⁴⁰

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dalam suatu objek yang diteliti. Data sekunder merupakan data yang diambil dari orang lain guna mendukung data primer yang ada, yang telah diolah lebih lanjut. Selain itu data sekunder yang didapat dalam penyusunan skripsi ini berupa data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan yang di dapat melalui jurnal internasional seperti: *Southeast Asian Affairs*, *Indonesia Tiongkok Relations: The Politics of Re-Engagement*, buku seperti; *Indonesia and Tiongkok: The Politics of a Troubled Relationship*, artikel yang didapat dari website seperti; MXBC situs resmi Mixue Ice Cream and Tea, cnbc Indonesia, CNN Indonesia, Kontekstual.com, The Coversation maupun sumber lain yang terkait dengan penelitian ini dan mampu untuk dipertanggungjawabkan. Selain itu penulis menggunakan teknik tinjauan pustaka dalam rangka pengumpulan data-data yang diperlukan untuk melakukan penelitian tinjauan pustaka terkait seperti yang sudah dijelaskan di atas. Data yang didapat diharapkan dapat mendukung kajian, analisis, serta penjelasan mengenai kasus yang terkait, serta melihat perbedaan dari peneliti sebelumnya dengan yang ingin diteliti oleh peneliti.

1.8.5 Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan

⁴⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Cetakan Kedua Puluh Dua (Bandung:Pt. Remaja Rosdakarya Offset, 2006):186

dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga dapat memberikan pemahaman kepada orang lain dan penulis sendiri.⁴¹

Penelitian ini akan menganalisis permasalahan atau isu dengan menggunakan data primer dan data sekunder yang diolah menggunakan metode kualitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data yang didapatkan akan dipilih sesuai dengan kebutuhan permasalahan atau isu pada penelitian ini. Kemudian penulis melakukan analisis data dengan mengumpulkan dan menyeleksi informasi dari data dan sumber yang terkait dengan peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik Tiongkok di Indonesia. Setelah itu, penulis akan melakukan penyebaran kuesioner di *google form* secara online. Kuesioner tersebut di sebarakan secara online agar mendapat tanggapan publik atau masyarakat Indonesia yang lebih luas. Penulis juga melakukan wawancara kepada karyawan dan manager pusat Mixue Ice Cream and Tea di Kota Padang sebagai data primer dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan untuk menambah data mengenai penelitian ini.

Kemudian data tersebut akan dijelaskan menggunakan variabel dependen dan independen pada penelitian, dan dilakukan pemilahan dalam informasi yang telah dikumpulkan serta mengkategorikannya sesuai dengan pola yang penulis punya. Informasi tersebut terbentuk dari pertanyaan kuesioner yang telah penulis susun urutan pertanyaannya berdasarkan 3 tujuan

⁴¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Cv Alfabeta, 2018.

utama dari konsep Jay Wang. Pertanyaan *google form* pada *section 2* itu terkait tujuan pertama, *section 3* tujuan kedua dan *section 4* tujuan ketiga . Setelah itu, penulis melakukan analisis data sesuai dengan tiga tujuan utama dari konsep *public diplomacy and global business* oleh Jay Wang yang telah dijabarkan sebelumnya dalam penelitian ini. Pada tahapan terakhir penulis akan mencantumkan kesimpulan dari keseluruhan data yang didapatkan, sehingga dapat mempermudah pembaca dan penulis dalam menjawab pertanyaan penelitian yang dijabarkan.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini menggambarkan secara menyeluruh dan terperinci mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka dari literatur terdahulu yang dijadikan sebagai bahan referensi dan perbandingan penelitian, kerangka konseptual yang digunakan dalam menganalisis data, metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, batasan masalah, unit dan tingkat analisis, teknik pengumpulan dan analisis data, serta sistematika penelitian.

BAB II Hubungan Diplomatik Tiongkok dan Indonesia Serta Mixue Ice Cream and Tea

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai sejarah hubungan Tiongkok dan Indonesia awal mula hingga sekarang. Selain itu, pembahasan pada bab ini akan memperlihatkan kebijakan diplomasi publik Tiongkok di Indonesia, kepentingan Tiongkok dalam bidang budaya, invansi Tiongkok ke Indonesia baik dari segi perkembangan maupun bangkitnya investasi Tiongkok, Serta dengan mengaitkan juga dengan informasi atau sejarah mengenai perusahaan

multinasional yaitu Mixue Ice Cream and Tea

BAB III Penyajian Data Peran Mixue Ice Cream And Tea Sebagai Sarana Diplomasi Publik Tiongkok Di Indonesia

Bab ini berisikan jawaban-jawaban audiens terkait pertanyaan-pertanyaan penelitian dari *google form* yang sudah disediakan peneliti atau dengan kata lain baru data mentang yang nantinya hasil dari data ini akan diolah di bab IV dengan mengacu pada konsep.

BAB IV Peran Mixue Ice Cream And Tea Sebagai Sarana Diplomasi Publik Tiongkok Di Indonesia

Pada bagian ini akan berisikan analisis dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu peran Mixue Ice Cream and Tea sebagai sarana diplomasi publik yang dilakukan oleh Tiongkok di Indonesia, dengan analisis data dari *google form* yang mengacu pada tiga tujuan utama dari konsep *publik diplomacy and global business* oleh jay wang.

BAB V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran, yang akan mencakup ide-ide dan pengetahuan terpenting dari penelitian ini dan memberikan garis besar terhadap kontribusi apa yang dapat diberikan terhadap lingkungan akademis maupun pemangku kepentingan

