

ABSTRAK

Penelitian ini fokus membahas rivalitas Amerika Serikat dan Tiongkok dalam pertarungan wacana media, khususnya terkait dominasi *Belt and Road Initiative* (BRI) sejak tahun 2017 hingga 2024. Respon AS melalui pemanfaatan media, mulai terlihat agresif dengan ditandai oleh redefinisi, reorientasi, dan perubahan kepentingannya dalam mempersepsikan BRI. Sebagai bentuk respon balasan, Tiongkok menggunakan strategi propaganda demi menjaga kepentingannya pada implementasi BRI. Maka dari itu, terlihat bahwa rivalitas ini mengharuskan Tiongkok untuk menghadapi dua agenda besar, yakni suksesi atas proyek BRI dan menciptakan kepercayaan mitra BRI melalui pemanfaatan media. Teori yang digunakan untuk menganalisis pelaksanaan strategi propaganda Tiongkok melalui media dalam agenda BRI adalah prinsip propaganda Joseph Goebbels yang dielaborasi menjadi 3 kategori utama dengan 8 sub-kategori yang memuat 12 prinsip. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif analisis dengan menggunakan kajian pustaka terdahulu serta analisa dokumen, *website* berita, dan unggahan pada Youtube dan X, sesuai dengan topik pembahasan, konsep, dan teori yang relevan. Di sisi lain, sebagai penguatan justifikasi atas respon AS dan Tiongkok melalui media, penelitian ini menggunakan konsep *The Political Function of The Media*, di mana ditemukan bahwa AS lebih dominan menggunakan fungsi politik media sebagai *agenda setting* sementara Tiongkok lebih dominan menggunakan fungsi politik media sebagai *regime legitimating*. Berdasarkan hasil penelitian, Tiongkok telah menjalankan dua belas prinsip propaganda Goebbels berdasarkan 3 kategori secara masif dan terorganisir. Di mana sebagian besar propaganda tersebut berhasil memobilisasi persepsi publik internasional dalam melihat BRI dan Tiongkok secara positif, sekaligus berhasil memengaruhi kebijakan dan tindakan AS.

Kata Kunci : *Belt and Road Initiative (BRI), Rivalitas Tiongkok-Amerika Serikat, Wacana Media, The Political Function of the Media, Propaganda Joseph Goebbels*

ABSTRACT

This study examines the rivalry between the United States and China within the context of media discourse, particularly concerning the dominance of the Belt and Road Initiative (BRI) from 2017 to 2024. The US has adopted a more assertive stance in its media response, characterized by a redefinition and reorientation of its interests regarding the BRI. In response, China has utilized a strategic propaganda approach to safeguard its interests in facilitating the BRI. The rivalry necessitates that China address two primary agendas: ensuring the successful continuation of the BRI project and establishing trust among its BRI partners through effective media engagement. The analysis of China's propaganda strategy in advancing the BRI agenda is grounded in Joseph Goebbels' propaganda principles, which are elaborated into three main categories, further divided into eight subcategories that encompass twelve key principles. This study employs a descriptive analysis methodology, drawing from previous literature, document reviews, news websites, and content on YouTube and X, aligned with pertinent discussion topics, concepts, and theoretical frameworks. Additionally, to strengthen the understanding of the media responses from both the US and China, the study incorporates the concept of the Political Function of the Media. This analysis reveals that the US tends to dominate the agenda-setting function of media, whereas China is more focused on the legitimization of its regime. The findings indicate that China has systematically and effectively implemented the twelve principles of Goebbels' propaganda across the three categories. Consequently, much of the propaganda has successfully influenced international public perception of the BRI and China in a favorable light, while also impacting US policies and actions.

Keywords : *Belt and Road Initiative (BRI), China-US Rivalry, Media Discourse, The Political Function of the Media, Joseph Goebbels' Propaganda*

RINGKESAN

*Ulikan ieu museur kana ngabahas rivalitas antara Amerika Serikat jeung Cina dina perang média, hususna ngeunaan dominasi Belt and Road Initiative (BRI) ti taun 2017 nepi ka 2024. Réspon AS ngaliwatan pamakéan média geus mimiti katingal agrésif, ditandaan ku redefinisi, reorientasi, jeung parobahan kapentingan dina nganggap BRI. Salaku wujud kontra-réspon, Cina ngagunakeun strategi propaganda pikeun ngajaga kapentingananna dina palaksanaan BRI. Ku kituna, bisa katitén yén tanding ieu merlukeun Cina nyanghareupan dua agénda utama, nya éta suksésna proyék BRI jeung nyiptakeun kapercayaan ka mitra BRI ngaliwatan ngagunakeun média. Téori anu digunakeun pikeun nganalisis palaksanaan strategi propaganda Cina ngaliwatan média dina agénda BRI nyaéta prinsip propaganda Joseph Goebbels anu diwincik jadi 3 katégori utama kalawan 8 subkategori anu ngandung 12 prinsip. Ulikan ieu ngagunakeun analisis metodologis deskriptif ngagunakeun resensi pustaka saméméhna jeung analisis dokumén, ramatloka warta, jeung unggah dina Youtube jeung X, luyu jeung jejer sawala, konsép, jeung téori relevan. Di sisi séjén, salaku justifikasi respon AS jeung Cina ngaliwatan média, ulikan ieu ngagunakeun konsép *The Political Function of The Media*, dimana kapanggih yén AS leuwih dominan dina ngagunakeun fungsi pulitik média salaku setting agenda sedengkeun Cina leuwih dominan dina ngagunakeun fungsi pulitik média salaku legitimasi rezim. Dumasar kana hasil panilitian, Cina parantos ngalaksanakeun dua belas prinsip propaganda Goebbels dumasar kana 3 kategori sacara masif sareng sacara teratur. Dimana lolobana propaganda geus tiasa ngamobilisasi persepsi publik internasional dina nempo BRI jeung Cina sacara positif, bari ogé suksés mangaruhan kawijakan jeung tindakan AS.*

Kecap Konci : Belt and Road Initiative (BRI), Saingan Cina-AS, Wacana Média, *The Political Function of the Media*, Propaganda Joseph Goebbels