

Upaya Tiongkok Untuk Menjaga Hubungan Bilateral Dengan Jerman Melalui Diplomasi Panda

Khairur Rizki, Dina Tartila, Kurnia Zulhandayani Rizki
Universitas Mataram

Email: krizki@unram.ac.id, dinatartila8@gmail.com,
kurniazulhandayani@unram.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penggunaan panda oleh Tiongkok sebagai upaya diplomasi dan alat untuk memperkuat citra negara. Tujuan utama penelitian ini adalah mengeksplorasi konsep diplomasi yang dilakukan oleh negara, khususnya oleh Tiongkok. Ketika panda mulai menjadi komoditas yang menguntungkan, Tiongkok mulai meminjamkan panda untuk tujuan konservasi di berbagai negara, termasuk Jerman, disertai dengan berbagai kesepakatan penting. Penggunaan panda sebagai alat diplomasi oleh Tiongkok terhadap Jerman telah berlangsung sejak tahun 1980 hingga 2017, di mana selama periode tersebut kedua negara mencapai sejumlah kesepakatan peminjaman panda yang krusial. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti sejauh mana panda dapat menjaga hubungan bilateral antara Tiongkok dan Jerman. Untuk menjelaskan implementasi diplomasi panda Tiongkok di Jerman, penulis menggunakan konsep *soft power* yang dikemukakan oleh Joseph Nye Jr. dan konsep hubungan bilateral. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diplomasi panda yang dilakukan oleh Tiongkok merupakan strategi diplomasi yang efektif dengan memanfaatkan kekuatan unik dari negara tersebut. Diplomasi panda terbukti mampu menjaga dan memperkuat hubungan bilateral antara Tiongkok dan Jerman.

Kata kunci: Diplomasi Panda, Tiongkok, Jerman, Soft Power, Hubungan Bilateral

ABSTRACT

This study examines China's use of pandas as a diplomatic effort and a tool to enhance its national image. The primary objective of this research is to explore the concept of diplomacy carried out by the state, particularly by China. When pandas became profitable commodities, China began lending them for conservation purposes to various countries, including Germany, accompanied by significant agreements. The use of pandas as a diplomatic tool by China towards Germany has been ongoing from 1980 to 2017, during which period both countries reached several crucial panda loan agreements. This research aims to investigate the extent to which pandas can maintain bilateral relations between China and Germany. To explain the implementation of China's panda diplomacy in Germany, the author employs the concept of *soft power* proposed by Joseph Nye Jr. and the concept of bilateral relations. The method used in this study is a descriptive qualitative approach utilizing secondary data. The results of the study show that China's panda diplomacy is an effective diplomatic strategy, leveraging the country's unique assets. Panda diplomacy has proven to be capable of maintaining and strengthening bilateral relations between China and Germany.

Keywords: Panda Diplomacy, China, Germany, Soft Power, Bilateral Relations

PENDAHULUAN

Perang tidak lagi populer sebagai cara untuk mencapai kepentingan nasional karena identik dengan kekerasan dan pemaksaan. Sebaliknya, diplomasi telah mengambil alih peran perang untuk mencapai kepentingan nasional. Semua negara di dunia tidak dapat dipisahkan dari diplomasi, termasuk Tiongkok. Salah satu bentuk diplomasi yang unik dan menonjol dari Tiongkok adalah diplomasi panda. Sejarah diplomasi panda dapat dilacak sejak Dinasti Tang pada abad ke-7 ketika Permaisuri Wu Zetian mengirim sepasang panda ke Jepang (Holland, 2018). Kebijakan mengirim panda sebagai hadiah ini dihidupkan kembali pada tahun 1936 hingga 1941 di bawah Koumintang ketika Tiongkok menghadiahkan panda ke negara-negara Barat. Urgensi dan relevansi diplomasi panda Tiongkok semakin meningkat dalam konteks hubungan internasional saat ini. Panda bukan hanya simbol kebudayaan Tiongkok, tetapi juga alat strategis dalam kebijakan luar negeri Tiongkok. Terdapat tiga tahap penting dalam evolusi diplomasi panda. Tahap pertama terjadi di era Mao Zedong pada tahun 1950-an, ketika panda diberikan kepada sekutu-sekutu komunis Tiongkok seperti Korea Utara dan Uni Soviet. Pada tahap ini, panda digunakan sebagai alat untuk mengkonfirmasi kedekatan ideologis dan memperkuat hubungan dalam blok sosialis (Abdussalam, 2017). Tahap kedua terjadi pada era 1980-an saat Tiongkok mengubah tradisi peminjaman panda untuk pertama kalinya karena kebutuhan bisnis. Deng Xiaoping, yang mengambil alih kepemimpinan Tiongkok, mengumumkan kebijakan luar negeri yang independen dan damai, menggantikan tujuan ideologis dengan tujuan yang lebih pragmatis. Pada masa ini, panda menjadi komoditas yang menguntungkan, sehingga Tiongkok tidak lagi memberikan panda sebagai hadiah tetapi meminjamkannya dengan kontrak yang menguntungkan (France 24, 2017). Tahap ketiga adalah perubahan kebijakan terkait peminjaman panda yang terjadi setelah gempa besar pada tahun 2008 di Provinsi Sichuan, Tiongkok. Gempa tersebut menghancurkan 67% habitat panda liar di Tiongkok, mengurangi populasi panda secara drastis. Akibatnya, Tiongkok memutuskan hanya akan meminjamkan panda untuk tujuan pengembangbiakan dan penelitian biologi (Holland, 2018).

Analisis dari Universitas Oxford pada tahun 2013 menunjukkan bahwa peminjaman panda sering kali berbarengan dengan kesepakatan dagang besar yang disahkan oleh Tiongkok dengan negara-negara penerima (Rappler.com, 2017). Contohnya, pada tahun

2011, Tiongkok mengirim panda ke Skotlandia melalui pemerintah Britania Raya, bersamaan dengan perjanjian dagang senilai 2,6 miliar Poundsterling (Branigan, 2011). Demikian pula, Australia, Kanada, dan Prancis setuju untuk menjual uranium kepada Tiongkok setelah menerima panda, yang kemudian digunakan untuk meningkatkan kapasitas nuklir Tiongkok (Kumparan News, 2019). Peminjaman panda ke Kanada juga dikaitkan dengan kesuksesan perundingan bisnis terkait Kesepakatan Perlindungan Investasi Asing. Pada era Xi Jinping, diplomasi panda semakin diintensifkan. Xi telah meminjamkan panda ke Kanada, Malaysia, Belgia, Korea Selatan, dan Jerman.

Pada tahun 2017, sepasang panda dikirim ke Jerman sebagai simbol "awal baru" dalam membangun berbagai kerja sama di masa depan, sekaligus sebagai sinyal dukungan Tiongkok terhadap Jerman sebagai pesaing AS dalam hegemoni dunia Barat (BBC News). Urgensi membahas diplomasi panda antara Tiongkok dan Jerman tidak bisa dipandang sebelah mata, mengingat kedua negara ini memegang peranan penting dalam perekonomian global dan geopolitik. Jerman, sebagai kekuatan ekonomi terbesar di Eropa, memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan arah kebijakan Uni Eropa, terutama dalam hal perdagangan dan teknologi. Di sisi lain, Tiongkok sebagai negara dengan ekonomi terbesar kedua di dunia terus berusaha memperluas pengaruhnya di kancah internasional melalui berbagai strategi diplomasi, termasuk diplomasi panda.

Ketegangan yang pernah terjadi antara Tiongkok dan Jerman, terutama terkait dengan akuisisi perusahaan teknologi Jerman oleh Tiongkok, menunjukkan bahwa hubungan kedua negara ini sarat dengan dinamika kompleks yang mencakup aspek ekonomi, politik, dan keamanan. Oleh karena itu, memahami diplomasi panda dalam konteks hubungan Tiongkok-Jerman dapat memberikan wawasan penting tentang bagaimana Tiongkok menggunakan *soft power* untuk meredakan ketegangan, membangun kepercayaan, dan memperkuat hubungan bilateral dengan salah satu negara paling berpengaruh di Eropa. Dari penjelasan tersebut muncul pertanyaan berupa “bagaimana upaya Tiongkok untuk menjaga hubungan bilateral dengan Jerman melalui diplomasi panda?”

KERANGKA ANALISIS

Pada penelitian ini, penulis menggunakan konsep *soft power* dan konsep hubungan bilateral untuk membantu Minnewaska diplomasi panda Tiongkok sebagai upaya untuk menjaga

hubungan bilateral dengan Jerman. Konsep pertama yang digunakan adalah konsep *soft power*. Pada bukunya yang berjudul *Soft Diplomacy and Soft Power* (2008), Profesor *Harvard Kennedy School* Joseph S. Nye Jr. menjelaskan pengertian *power*, yaitu kemampuan untuk memengaruhi orang lain untuk mendapatkan hal yang diinginkan (Nye, 2008).

Pada perkembangannya, praktik diplomasi telah mengalami transisi yang substansial, di mana terjadi perubahan pola diplomasi dari *hard power* yang cenderung menggunakan militer sebagai alat untuk mencapai tujuan menuju *soft power*. Nye membagi *power* menjadi dua, yakni *soft power* dan *hard power*. *Soft power* merupakan kemampuan suatu pihak untuk mengarahkan pihak lain dan mengikuti kemauan pihak pertama tanpa tekanan sedangkan *hard power* didefinisikan sebagai kemampuan suatu pihak untuk memaksa pihak lain melakukan sesuatu yang dikehendaki pihak pertama (Yanyan M. Yani, 2017). Selanjutnya, pada awal tahun 1990-an, Nye mengemukakan definisi klasik mengenai konsep *soft power*. *Soft power* merupakan sebuah bentuk baru dari *power* yang menekankan pada daya tarik dari sebuah negara dalam tiga cara utama yakni, melalui budaya, institusi politik, dan kebijakan luar negeri. *Pertama*, budaya bertujuan untuk menarik perhatian publik. Nye membagi budaya menjadi dua tipe, yakni 1) *high culture* yang berupa literatur, pendidikan, dan seni; 2) *popular culture* yang berupa hiburan massa. *Kedua*, nilai politik merupakan nilai suatu negara yang akan tercermin di dalam maupun luar negeri. *Ketiga*, Nye menjelaskan bahwa kebijakan luar negeri ini merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap *soft power* suatu Negara (Nye, *Soft Power: The Means to Success In World Politics*, 2009).

Selain daya tarik negara di atas, terdapat tiga kebijakan yang dapat diambil untuk mengimplementasikan *soft power*, yakni: 1) diplomasi multilateral; 2) diplomasi bilateral dan; 3) diplomasi publik (Yanyan M. Yani, 2017). *Pertama*, diplomasi bilateral dapat diartikan sebagai hubungan dua pihak dalam hubungan internasional yang mengacu pada hubungan dua negara. Diplomasi bilateral digunakan untuk menyatukan satu tujuan dan kepentingan yang sama di antara kedua aktor. Diplomasi bilateral biasanya menggunakan prinsip hubungan timbal balik. Artinya, ketika suatu negara membutuhkan bantuan dari negara lain maka di lain waktu negara tersebut juga harus membantu negara tersebut

(Danaparamitha, 2014). *Kedua*, diplomasi multilateral adalah praktek diplomasi yang dilakukan oleh tiga negara atau lebih melalui sebuah konferensi.

Pada pola diplomasi multilateral, setiap permasalahan akan diselesaikan dengan cara konsensus sehingga setiap pihak akan mendapatkan keuntungan. Diplomasi multilateral di abad ke-20 ini turut didorong oleh kompleksitas hubungan internasional. Artinya, isu hubungan tidak hanya tentang hubungan politik dan keamanan saja, melainkan mencakup bidang-bidang lain seperti ekonomi, sosial kebudayaan, dan lingkungan. Oleh karena itu, diplomasi multilateral pada dewasa ini menjadi wadah besar bersama untuk menyelesaikan masalah-masalah non-politis (Devi R. Fadilla, 2016).

Poin ketiga dari kebijakan yang dapat diambil untuk mengimplementasikan *soft power* adalah diplomasi publik. Diplomasi publik merupakan upaya suatu negara untuk melakukan komunikasi dengan publik asing. Diplomasi publik bertujuan untuk mengenalkan citra sebuah negara ke negara lain (Azkiya, 2022). Pada artikel jurnal yang berjudul Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri, dijelaskan bahwa Jan Mellisen mendefinisikan diplomasi publik sebagai usaha suatu negara untuk memengaruhi orang atau organisasi lain di luar negerinya dengan citra positif sehingga dapat mengubah cara pandang publik terhadap negara tersebut (Hennida, 2009). Berdasarkan kaitannya dengan *soft power*, diplomasi publik dapat diartikan sebagai kekuatan suatu negara untuk berkomunikasi secara atraktif agar dapat menarik perhatian publik negara lain. Pendapat Joseph Nye mengenai *soft power* berkaitan dengan beberapa tujuan penting diplomasi publik, yaitu 1) meningkatkan pengetahuan masyarakat asing tentang suatu negara; 2) meningkatkan hubungan kemitraan dengan negara lain dalam bidang pendidikan, turisme, dan ekonomi; serta 3) meningkatkan apresiasi masyarakat asing kepada suatu negara melalui persepsi positif dan pembentukan opini yang dapat mendukung negara tersebut dalam isu-isu tertentu (Nainggolan). Citra merupakan hal yang penting ketika membahas mengenai *soft power*, karena dalam diplomasi internasional, suatu negara dapat menggunakannya untuk mencapai kepentingan secara *softly* (Matteucci, 2005). Oleh karena itu, *soft power* merupakan salah satu cara untuk mencapai kepentingan negara tanpa menggunakan kekerasan, karena *soft power* memiliki daya tarik yang tidak terlihat memaksa. Konsep ini akan digunakan penulis untuk menjelaskan bagaimana implementasi Tiongkok dalam menerapkan diplomasi panda sebagai *soft power* negaranya kepada Jerman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang memanfaatkan data deskriptif. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari buku, media, artikel jurnal, artikel berita, dan sumber data terpercaya lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah hubungan bilateral antara Tiongkok dan Jerman, sedangkan variabel dependen adalah diplomasi panda. Penelitian ini menggunakan empat teknik analisis data: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Operasionalisasi konsep Soft Power dalam konteks diplomasi panda yang dilakukan Tiongkok terhadap Jerman menjadi bagian penting dalam penelitian ini. Soft power, yang didefinisikan oleh Joseph Nye sebagai kemampuan untuk mempengaruhi preferensi orang lain melalui daya tarik dan persuasif ketimbang paksaan atau ancaman, diaplikasikan dalam diplomasi panda Tiongkok. Panda menjadi simbol budaya yang menarik dan memperkuat citra positif Tiongkok di mata masyarakat Jerman. Melalui peminjaman panda, Tiongkok tidak hanya berusaha mempererat hubungan diplomatik dan ekonomi dengan Jerman, tetapi juga membangun *goodwill*, meningkatkan kerjasama dalam bidang penelitian konservasi, dan menciptakan pengaruh positif yang lebih luas di Eropa. Dalam analisis data, penelitian ini akan menilai bagaimana panda digunakan sebagai alat soft power oleh Tiongkok dan dampaknya terhadap persepsi dan kebijakan Jerman terhadap Tiongkok.

PEMBAHASAN

Sejarah Berkembangnya Diplomasi Panda Tiongkok

Jika dilihat melalui kacamata sejarah, awalnya panda raksasa tidak begitu populer di masyarakat Tiongkok. Hal ini karena mereka memandang panda raksasa sebagai monster, sama halnya seperti babi atau tapir. Oleh karena itu, dalam sejarah kuno Tiongkok, panda tidak tercatat memiliki peran yang signifikan. Dijelaskan oleh E. Elena Songster, Profesor Sejarah dari *Saint Mary's College of California* bahwa alasan Partai Komunis Tiongkok memilih panda sebagai simbol nasional selain dikarenakan panda merupakan hewan yang langka, panda juga hewan yang bebas label (Yahya, 2019). Artinya, panda merupakan hewan

yang bebas dari simbolisasi pada masa lampau, tidak seperti naga yang sering muncul dalam seni tradisional Tiongkok (Magnier, 2022).

Panda sebagai “harta karun” Tiongkok dimulai sejak tahun 1950-an pada era kepemimpinan Mao Zedong, dan terus berlanjut sejak Revolusi Kebudayaan surut pada tahun 1996. Oleh karena itu, Tiongkok menggunakan panda sebagai figur budaya tradisional mereka yang baru. Merebaknya panda ini disebabkan oleh beberapa hal, yaitu: 1) kepatuhan mereka yang konsisten dengan Konfusianisme; 2) warna kontras panda, yakni hitam dan putih menggambarkan yin dan yang Taoisme; dan 3) panda adalah hewan vegetarian yang makanan pokoknya bersumber dari bambu, karena itu diet mereka disebut seperti ajaran agama Buddha yang menganjurkan praktik gaya hidup vegetarian (Magnier, 2022). Kemudian, seiring dengan popularitasnya, panda menjadi simbol untuk konservasi internasional mengenai satwa liar yang terancam punah sejak terbentuknya WWF (*World Wildlife Fund*) pada tahun 1961 (Shabrina).

Panda sebagai simbol WWF ini merupakan permintaan pemerintah Tiongkok kepada WWF untuk membantu negaranya dalam melindungi satwa liar. Citra panda inilah yang dijadikan Tiongkok sebagai sarana untuk meningkatkan dukungan publik dan politik untuk kebijakan konservasi internasional terhadap panda, yang juga menjadi faktor pendorong terbentuknya panda sebagai instrumen diplomasi Tiongkok (Shabrina). Tiongkok ingin menggunakan panda untuk mengajak negara-negara di dunia untuk turut berperan dalam konservasi internasional sekaligus untuk mendapat dukungan publik melalui diplomasi panda. Panda juga menjadi maskot *Asian Games* pada tahun 1990, dan menjadi maskot untuk Olimpiade Beijing pada tahun 2008 (Darmawan, 2020).

Terdapat beberapa hal yang digunakan Tiongkok dalam memanfaatkan daya tarik diplomasi panda. *Pertama*, Tiongkok menggunakan panda sebagai bukti komitmen negaranya terhadap *development sustainability*. Dikarenakan panda adalah hewan mamalia yang langka dan berpotensi punah. *Kedua*, Tiongkok berhasil mengupayakan panda sebagai hewan duta lingkungan hidup dan hewan terancam punah untuk UNDP (*United Nations Development Programme*). *Ketiga*, Tiongkok menjadikan panda sebagai instrumen untuk pendekatan dalam hubungan bilateral (Nainggolan). Tiongkok juga memiliki preferensi atas negara yang akan dijadikan sebagai mitra, yakni ‘*guanxi*’. Negara-negara yang dinilai

sebagai '*guanxi*' adalah negara-negara yang memiliki sejarah perdagangan yang baik dan menguntungkan bagi Tiongkok (Sasmita, 2021).

Tiongkok telah memberikan peminjaman panda kepada Jerman sejak tahun 1980 sampai 2017. Sepasang panda yang sekarang ada di Kebun Binatang Berlin dapat diartikan sebagai simbol kedekatan kedua negara. Pada tabel 2 di bawah ini dapat dilihat daftar panda raksasa yang pernah dikirim Tiongkok dengan bayi-bayi panda yang lahir di Jerman. Berdasarkan tabel ini juga dapat dipahami bahwa terdapat 3 kali pengiriman dan satu kali kelahiran bayi panda kembar di Jerman.

Daftar Panda Pinjaman Tiongkok ke Jerman 1980-2017

No	Nama Panda	Tahun Pengiriman
1	Bao Bao & Tian Tian (meninggal)	1980 (Darmawan, 2020)
2	Yan Yan (meninggal)	1995 (Ibid.)
3	Jiao Qing & Meng Meng	2017 (Ibid.)
4	Meng Xian & Meng Yuan (bayi panda kembar)	2019 (Liputan 6.com, 2019)

Jerman merupakan negara ke-7 di Eropa yang diberikan peminjaman untuk pengembangbiakan panda sejak tahun 1980. Panda pertama yang dikirim kepada Jerman pada tahun 1980 bernama Bao Bao dan Tian Tian, di mana panda ini dinilai memiliki peran simbolis dalam panggung diplomatik. Bao Bao merupakan hadiah dari pemimpin Tiongkok Hua Guofeng kepada Jerman saat Kanselir Helmut Schmidt mengunjungi Tiongkok pada tahun 1980 (DW, 2012). Namun sayangnya, sepasang panda tersebut tidak memiliki anak karena panda betina Tian Tian mati terlebih dahulu. Oleh karena itu, Kebun Binatang Berlin berinisiatif untuk meminta pinjaman panda lagi ke Tiongkok. Peminjaman panda oleh Tiongkok kepada Jerman terjadi lagi pada tahun 1995. Pada betina bernama Yan Yan dikirimkan ke Jerman untuk menjadi pasangan panda jantan Bao Bao (Primus, 2012). Namun, upaya pengembangbiakan tersebut juga gagal, karena panda Yan Yan meninggal pada Maret tahun 2007 karena penyakit usus (Siyuan, 2017).

Selanjutnya, pengiriman panda untuk ketiga kalinya terjadi. Di tengah ketidakharmonisan hubungannya dengan Jerman sejak tahun 2016, Tiongkok merespon kekecewaan Menteri Ekonomi Jerman Sigman Gabriel melalui *China Wildlife Conservation Association* (CWCA). Melalui CWCA Tiongkok mengirimkan delegasi kepada Jerman, Si Ping, untuk menawarkan peminjaman panda sebagai simbol hubungan baik. Pertemuan Si Ping dan Andreas Knieriem, Direktur Kebun Binatang Berlin pada April 2017 menghasilkan MoU untuk menyetujui kolaborasi konservasi dan penelitian panda selama lima belas tahun dengan biaya sewa senilai lima belas juta dolar (Sasmita, 2021). Pemerintah Tiongkok menyatakan kalau diplomasi panda merupakan solusi *win-win* bagi negaranya dan negara tuan rumah peminjam. Meskipun negara peminjam mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk perlindungan dan penelitian panda, hal ini akan terbayar dengan penghasilan pendapatan yang signifikan dari setiap kunjungan panda di kebun binatang (Szcudlik, 2019). Pada 31 Agustus 2019, panda bertina Meng Meng melahirkan bayi panda kembar jantan yang dinamakan Pit (Meng Xian) dan Paule (Meng Yuan). Hal ini merupakan kesuksesan besar bagi Kebun Binatang Berlin karena kelahiran bayi panda sangat langka mengingat sulitnya pengembangbiakan panda raksasa (Purnama, 2020). Panda kembar tersebut telah menjadi ikon Kebun Binatang Berlin sejak kelahiran mereka.

Pelaksanaan Diplomasi Panda ke Jerman

Terdapat tiga tahapan yang ada dalam proses diplomasi panda. *Pertama*, penawaran (*offer*) dan permintaan (*request*). Penawaran diberikan oleh Tiongkok kepada negara-negara mitra yang berminat untuk meminjam panda, seperti tawaran yang dilakukan Tiongkok terhadap Jerman. Selanjutnya, permintaan atas peminjaman panda dilakukan oleh pihak yang ingin meminjam, seperti permintaan langsung dari negara ataupun kebun binatang (Yahya, 2019). Diplomasi panda pertama Tiongkok di Jerman dimulai sejak tahun 1990. Saat itu, panda jantan Bao Bao diberikan sebagai hadiah oleh Presiden Tiongkok Hua Guofeng kepada Kanselor Jerman Barat Helmut Schmidt. Diplomasi panda pertama antara kedua negara ini cukup spesial, karena saat itu Tiongkok masih memberikan panda ke Jerman semata-mata sebagai hadiah negara, karena panda tidak tersedia secara komersial. Meskipun, Tiongkok merubah tradisi peminjaman panda dari “pemberian sebagai hadiah” menjadi “komoditas yang menguntungkan” sejak tahun 1984. Pada diplomasi panda Tiongkok di Jerman untuk kedua kalinya pada tahun 1995, Kebun Binatang Berlin saat itu meminta langsung (*request*)

panda betina Yan Yan kepada Tiongkok (Siyuan, 2017). Selanjutnya, panda ketiga yang dipinjamkan oleh Tiongkok ke Jerman pada tahun 2017 bernama Meng Meng dan Jiao Qing. Sepasang panda tersebut merupakan penawaran (*offer*) dari *China Wildlife Conservation Association* (CWCA) ke Kebun Binatang Berlin.

Kedua, negosiasi kontrak peminjaman panda dilakukan setelah penawaran ataupun permintaan disetujui. Kontrak peminjaman yang ditandatangani bergantung pada kesepakatan kedua negara, minimal 10 tahun hingga maksimal 15 tahun peminjaman. Jangka waktu ini penting agar panda tidak semata-mata ditujukan untuk keperluan komersil, sehingga dapat mendukung upaya pelestarian panda di habitat aslinya (Yahya, 2019). Hadiah kedua panda ke Jerman pada tahun 1980 merupakan diplomasi panda resmi pertama Tiongkok. Hal tersebut juga menandakan meningkatnya keterbukaan Tiongkok ke Barat (Clemens Wischermann, 2019). Proses negosiasi kontrak peminjaman panda ketiga pada tahun 2017 dilakukan oleh CWCA. Melalui CWCA, Tiongkok mengirimkan delegasi kepada Jerman, Si Ping, untuk menawarkan peminjaman panda ke perwakilan Jerman, Andreas Knieriem, Direktur Kebun Binatang Berlin. Pertemuan Si Ping dan Andreas pada April 2017 menghasilkan MoU untuk menyepakati kolaborasi konservasi dan penelitian panda selama lima belas tahun dengan biaya sewa senilai lima belas juta dolar (Sasmita, 2021).

Ketiga, pengiriman panda oleh Tiongkok ke negara tujuan. Pada tahap terakhir ini, selain melakukan pengiriman, Tiongkok juga berhak melakukan penarikan apabila terjadi konflik diplomatik dengan negara penerima panda atau jika negara penerima melakukan pelanggaran terhadap perjanjian peminjaman panda (Yahya, 2019). Kedua panda pertama pada tahun 1980 dikirim melalui pesawat Lufthansa yang juga berisi 200 penumpang lainnya. Kedua panda tersebut mendarat dengan selamat di Bandara Frankfurt pada 5 November 1980 setelah menempuh 21 jam perjalanan (Footage Berlin, 2022). Pada tahun yang sama, Tiongkok dan Jerman memulai kerja sama dalam penelitian panda (Baijie, 2017). Pengiriman panda pada tahun 1995 ditemani oleh walikota Berlin saat itu, Eberhard Diepgen untuk mengantarkan panda betina Yan Yan dari Tiongkok (International, 2007).

Selanjutnya, peminjaman panda kali ketiga dikirim melalui pesawat kargo Lufthansa khusus dan mendarat di bandara Schönefeld, Berlin pada 24 Juni 2017 (Agiesta, 2017).

Analisis *Soft Power* Tiongkok terhadap Jerman Melalui Diplomasi Panda

Pada daya tarik sebuah negara dalam *soft power* yakni budaya, diplomasi panda termasuk ke dalam *popular culture* karena penggemar panda kebanyakan adalah masyarakat umum, bukan hanya dari kalangan elit saja. Selain itu, terdapat beberapa alasan mengapa panda termasuk sebagai *popular cultures*. Direktur *Applied Animal Biology, San Diego Zoo Institute for Conservation Research* Ron Swaisgood menjelaskan mengapa manusia menyukai hewan panda. *Pertama*, panda mengingatkan pada diri kita sendiri. Dikarenakan dalam beberapa hal, panda menyerupai manusia, seperti cara makan panda yang dilakukan dengan duduk dan menggunakan tangan. Apalagi, posisi makan panda yang duduk di lantai mengingatkan manusia tentang kebiasaan mereka makan dengan duduk di lantai (Yahya, 2019). *Kedua*, karena corak mata yang khas, yakni lingkaran hitam di sekitar mata panda yang membuat mereka seolah memiliki mata besar. Selain itu, rasa suka manusia juga dipengaruhi oleh karakteristik panda itu sendiri, yaitu kepala yang besar dan bulat, serta badan bulat yang gendut. Swaisgood menjelaskan bahwa orang-orang menyukai karakteristik di atas karena mengingatkan mereka kepada anak kecil yang juga menggemaskan (BBC News, 2011).

Ketiga, karena panda merupakan hewan yang lucu sehingga membuat kita tertawa. Pada tahun 1960-an, ketika era Perang Dingin, panda betina bernama Chi Chi yang berasal dari London diterbangkan ke Rusia untuk melakukan reproduksi dengan panda jantan di sana. Bahkan, peneliti juga memberikan herbal dan membuat video porno bagi panda. Namun, pengembangbiakan tersebut tetap tidak berhasil, sehingga akhirnya memicu tertawaan. *Keempat*, manusia menyukai panda karena mereka adalah hewan pemalu. *Kelima*, panda merupakan simbol WWF sejak tahun 1960-an. Hal tersebut dinilai dapat mengingatkan orang akan pentingnya konservasi. *Keenam*, panda merupakan hewan langka dengan habitat asli hanya di Tiongkok (Yahya, 2019).

Terdapat beberapa alasan mengapa Tiongkok menggunakan panda sebagai instrumen *soft power* negaranya: *Pertama*, dalam artikel jurnal yang berjudul *China's Implementation of Panda Diplomacy in Indonesia: A Review of Constructivist Perspectives*, dijelaskan bahwa Hartig mengatakan bahwa panda memiliki visual yang bagus. Identitas visual hewan

sangat penting dalam menentukan keberhasilan diplomasi panda karena dapat mengubah pikiran dan perasaan orang lain. Pada artikel jurnal tersebut juga dijelaskan bahwa Konrad Lorenz menyebutkan identitas visual dapat dijelaskan melalui skema anak, seperti dapat membangkitkan perasaan peduli dan perlindungan, yang ia sebut terjadi karena naluri. Menurut Lorenz, hewan seperti anjing, kucing, dan panda memiliki sifat seperti anak kecil sehingga membuat mereka lucu dalam persepsi orang lain. Lebih lanjut, Lorenz menyebutkan bahwa ciri-ciri panda seperti dahi yang menonjol, kepala besar, mata dan pipi bulat, dan anggota badan yang pendek membuat panda raksasa cocok menjadi hewan untuk diplomasi hewan (Putri, 2021).

Kedua, dalam memajukan hubungan kerja sama dengan negara lain, Tiongkok menggunakan simbol yang mewakili kepentingan nasionalnya. Budaya tradisional Tiongkok yang menggunakan naga sebagai simbol negara menunjukkan Tiongkok sebagai negara yang sedang bangkit dengan semangat berapi-api. Hal ini justru dilihat oleh negara barat sebagai ancaman karena adanya perbedaan konsepsi makna. Profesor Guan Shijie dari *Peking University School of Journalism and Communication* menyatakan bahwa kata “*loong*” berarti binatang panjang yang melambangkan kesuksesan. Tapi di barat, kata tersebut berarti binatang api dengan leher panjang yang mengeluarkan nafas api, sedangkan sayap pada naga berarti agresi. Menurut Ketua Dewan Studi Internasional Shanghai Wu Youfu, naga merupakan bentuk solidaritas, keberanian dan semangat bagi orang Tiongkok, tetapi negara barat mengklaim bahwa naga tidak cocok digunakan menjadi simbol Tiongkok karena bukanlah hewan nyata. Dikarenakan naga juga merupakan simbol tradisional budaya Tiongkok yang digunakan oleh kekaisaran (Putri, 2021).

Ketiga, praktik diplomasi panda yang menghasilkan *win-win situation*, di mana aktor-aktor yang terlibat akan mendapatkan keuntungan ekonomi. Tiongkok sebagai negara peminjam akan menerima pembayaran peminjaman panda dari negara lain, sedangkan negara penerima diplomasi panda akan mendapatkan keuntungan melalui daya tarik panda seperti meningkatnya jumlah pengunjung. Selain itu, diplomasi panda juga seringkali diikuti dengan terbentuknya kesepakatan dagang antara Tiongkok dengan negara penerima (Maheswara, 2020). Panda cukup populer di Jerman, dibuktikan dengan ramainya

pengunjung saat sepasang anak panda kembar di Kebun Binatang Berlin ditunjukkan ke publik untuk pertama kalinya. Bahkan *Zoo Berlin* menyediakan ‘*Panda Blog*’ khusus di *website* untuk menyediakan informasi terbaru mengenai panda. Pada 26 Mei 2020 lalu, tercatat sebanyak 35.000 penggemar mengunjungi bayi panda kembar di Kebun Binatang Berlin meskipun musim dingin sedang melanda. Pada 29 Mei 2020, terdapat 9.000 pengunjung mengunjungi keluarga panda (Zoo Berlin, 2019).

Keempat, Direktur Kebun Binatang Berlin, Andreas Knieriem menjelaskan alasan panda begitu populer dikarenakan statusnya yang pernah terancam punah. Jika dibandingkan dengan hewan eksotis lain seperti kuda atau rusa yang juga hidup di seluruh Jerman, panda menempati popularitas tinggi karena hanya dapat dilihat di Kebun Binatang, di mana salah satu faktor panda raksasa tidak tersisa banyak di alam liar Tiongkok dikarenakan hilangnya habitat (China Daily, 2017). Alasan lain populasi panda terancam yakni perburuan liar untuk pasar gelap, panda betina yang mengalami kesulitan kehamilan, dan induk panda yang hanya memiliki cukup susu untuk memberi makan satu bayi, meskipun panda melahirkan dua atau tiga anak sekaligus. Selain itu, panda juga sangat pemilih dalam menunjuk pasangan.

Data IUCN (*The International Union for Conservation of Nature Red List of Threatens Species*) menyebutkan panda termasuk hewan dengan status terancam (*endangered*) sejak tahun 1990. Tercatat bahwa hanya terdapat 1.600 ekor panda di alam liar Tiongkok pada tahun 2000-2002 (Khalika, 2018). Namun, menurut penelitian yang dilakukan oleh WWF (*World Wildlife Fund*) pada tahun 2021, saat ini panda sudah tidak lagi termasuk ke dalam kategori hewan yang terancam punah. Tercatat sebanyak 1.864 ekor panda tersisa di alam liar Tiongkok dengan tambahan 400 ekor panda di penangkaran (Read, 2021). Jika digabung juga dengan total bayi panda, angka tersebut akan bertambah menjadi 2.060 ekor (Khalika, 2018). Meskipun organisasi internasional untuk konservasi sumber daya alam IUCN mencatumkan panda raksasa sebagai hewan yang “rentan” (*vulnerable*). Dalam artian panda masuk dalam kategori antara “hampir terancam” dan “terancam punah” (Read, 2021).

Institusi politik dan kebijakan luar negeri dalam penerapan *soft power* Tiongkok di Jerman mengarah kepada citra upaya penyelamatan dan konservasi panda. Joseph Nye menggunakan *soft power* Amerika Serikat dalam studi kasus tulisannya mengenai komponen nilai-nilai domestik (*domestic values*), di mana nilai demokrasi dan HAM (Hak Asasi

Manusia) adalah nilai yang dimiliki AS sebagai daya tarik negaranya (*attraction*). Oleh karena itu, agar *soft power* yang diterapkan berdampak secara signifikan, nilai domestik berupa citra negara yang peduli terhadap kelestarian fauna ini harus dapat diterapkan Tiongkok tidak hanya di luar negeri saja, tetapi juga di level domestik negaranya (Yahya, 2019).

Selanjutnya, dalam keterkaitan diplomasi panda dengan diplomasi publik, Tiongkok ingin memberikan persepsi positif terhadap Jerman. Dikarenakan diplomasi panda merupakan simbol negara yang damai dan bersahabat bagi Tiongkok. Ditambah dengan pemberian panda kepada Jerman bukan hanya sekali, melainkan tiga kali. Sejarah panjang diplomasi panda antara kedua negara tersebutlah yang kemudian menjadi salah satu faktor baiknya hubungan bilateral antara Tiongkok – Jerman. Tiongkok menggunakan hewan panda raksasa untuk menciptakan fenomena demam panda (*panda fever*) di kalangan masyarakat Jerman. Sebagai instrumen *soft power*, Tiongkok menggunakan diplomasi publik ini untuk memenuhi empat tujuan. *Pertama*, meningkatkan citra positif negaranya di kalangan internasional. *Kedua*, Tiongkok ingin dilihat sebagai mitra ekonomi yang stabil, andal, dan bertanggung jawab. *Ketiga*, Tiongkok ingin menciptakan citra sebagai negara sosialis yang dapat dipercaya, bertanggung jawab, mampu, dan dapat berkontribusi secara aktif bagi perdamaian dunia. *Keempat*, Tiongkok ingin diakui dan dihormati sebagai negara dengan budaya kuno yang dinamis dan adaptif. Keinginan ini dipenuhi Tiongkok dengan menyebarkan bahasa dan budayanya secara aktif, seperti diplomasi panda dan pembukaan Institut Konfusius. Selain itu, terdapat dua prinsip fundamental terkait diplomasi hewan yang disebutkan oleh Hartig, yaitu: 1) diplomasi yang instumennya berupa hewan bergantung pada metode distribusi dan kondisi hewan tersebut; 2) hewan hanya dapat melakukan tugas diplomatiknya ketika orang dapat melihatnya, seperti di kebun binatang atau taman hewan (Nainggolan).

Pada pelaksanaan diplomasi panda di Jerman, Tiongkok berupaya menciptakan citra baik sebagai negara yang ramah dan peduli terhadap kelestarian hewan. Hal ini terwujud dalam kerja sama tingkat global yang dijalin WWF dengan Organisasi Pramuka Dunia atau WOSM (*The World Organization of the Scout Movement*) dengan WWF. Pada tahun 2019,

mereka meluncurkan Lencana Panda (*Panda Badge*) untuk meningkatkan kesadaran generasi muda Anggota Pramuka untuk mengatasi tantangan lingkungan, seperti konsumsi bahan bakar fosil, perubahan iklim, serta rusaknya ekosistem hutan dan laut (World Wildlife Foundation Indonesia, 2019). Oleh karena itu, rencana konservasi panda Tiongkok tidak hanya mengenai melestarikan hewan panda, tetapi juga berdampak terhadap pelestarian alam dan dunia yang berkelanjutan.

Selain itu, dalam rangka memperluas jangkauan publiknya, Basis Penangkaran Panda Raksasa Chengdu yang bekerja sama dengan Televisi Jaringan Tiongkok (*China Network Television*) meluncurkan situs *ipanda.com* pada tahun 2013 untuk menyajikan berita mengenai keberhasilan konservasi panda dengan menampilkan siaran langsung selama 24 jam. Pada situs tersebut, terdapat remakan populer seekor anak panda memegang kaki penjaganya dari Chengdu yang telah ditonton hingga 163 juta kali di *Facebook* per 2017 hanya dalam waktu empat hari (China Daily, 2017). Oleh karena itu, diplomasi publik telah menjadi salah satu instrumen bagi Tiongkok untuk mengimplementasikan *soft power* negaranya. Selain karena diplomasi panda lebih populer, diplomasi publik ini juga sejalan dengan cita-cita Tiongkok yang ingin menekankan pada citra baik dan ramah.

KESIMPULAN

Penulis dapat menyimpulkan bahwa Tiongkok dan Jerman memiliki misi pencapaian yang sama, yakni menjaga kepentingan dan kesejahteraan ekonomi, serta perdamaian. Oleh karena itu, sejak tahun 2017 hubungan bilateral kedua negara sejauh ini tidak terkendala. Apalagi, dengan terlaksananya diplomasi panda, hubungan kedua negara bisa lebih terjaga. Meskipun diplomasi panda hanyalah simbol keharmonisan yang terjadi antara kedua negara, tetapi diplomasi panda juga mampu menarik banyak wisatawan untuk mengunjungi kebun binatang sehingga citra Tiongkok sebagai negara yang ramah dan baik lebih mudah diterima, sedangkan pengaruhnya pada ekonomi pun hanya berpusat pada toko suvenir di kebun binatang saja, meskipun panda raksasa juga digunakan sebagai logo dan merek beberapa perusahaan dan *website*. Diplomasi panda dapat menjaga hubungan bilateral Tiongkok dan Jerman, dalam artian Tiongkok mampu menerapkan *soft power* negaranya di Jerman melalui *panda fever*.

DAFTAR PUSTAKA

- Nye, Joseph S. (2009). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Yani, Y. Mochamad, Ian Montratama, dan Emil Mahyudin. (2017). *Pengantar Studi Keamanan*. Malang: Intrans Publishing.
- Wischermann, Clemens, Aline Steinbrecher, dan Philip Howell. (2019). *Animal History in the Modern City: Exploring Liminality*. London: Bloomsbury Publishing. OAPEN, <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/45802>.
- Angela, Alisan. (2020). Pengaruh Diaspora India terhadap Hubungan Bilateral India – Malaysia. *Jurnal Hubungan Internasional Departemen Ilmu Hubungan Internasional Universitas Hasanuddin*, 5(1), 5. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/wanua/article/view/14068/6865/>.
- Bakara, Reno V. (2018). Kerjasama Indonesia – Hungaria dalam Pengelolaan Air Bersih di DIY Tahun 2013-2018. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 6(4), 4. [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/09/3.%201402045041%20-1%20Reno%20Veroliano%20Bakara%20\(09-14-18-01-23-19\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/09/3.%201402045041%20-1%20Reno%20Veroliano%20Bakara%20(09-14-18-01-23-19).pdf).
- Darmawan, Arif dan Reza Desfarika Putri. (2021). China's Implementation of Panda Diplomacy in Indonesia: A Review of Constructivist Perspectives. *Journal of International Studies on Energy Affairs* 2(1), 1-29. <https://jisea.universitaspertamina.ac.id/index.php/jisea/article/view/16>.
- Darmawan, Aulia Surya P. Christy Damayanti, dan Halifa Haqqi. (2020). "Diplomasi Panda sebagai Diplomasi Publik Tiongkok terhadap Jepang." *eJurnal Universitas Slamet Riyadi* 4(2), 1-8. <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/download/5509/3917>.
- Hennida, Citra. (2009). Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri. *Journal Unair: Masyarakat, Kebudayaan dan Politik* 1(1), 1-2. https://journal.unair.ac.id/filerPDF/03_Hennida_DIPLOMASI%20PUBLIK.pdf.
- Huang, Zhao Alexandre dan Rui Wang. (2020). 'Panda Engagement' in China's Digital Public Diplomacy. *Asian Journal of Communication* 30(2), 1-11. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01292986.2020.1725075>.
- Mayangsari, Safira M, Reni Windiani, dan Satwika Paramasatya. (2021). Peran Diplomasi Panda Tiongkok dalam Kerjasama Konservasi Panda Raksasa di Indonesia. *Journal of International Relations* 7(2), 169-175. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jihi/article/view/31759/25773>.
- Nye, Joseph S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *Sage Journals* 616(1), 94-95. <https://www.researchgate.net/journal/The-Annals-of-the-American-Academy-of-Political-and-Social-Science-1552-3349>.
- Sasmita, Anggraini Ika dan Ario Bimo Utomo. (2021) . Diplomasi Panda dan Hubungan Bilateral China – Jerman Tahun 2016 – 2019. *Jurnal Transformasi Global* 8(2), 1-12. <https://transformasiglobal.ub.ac.id/index.php/trans/article/view/162/129>.
- Abdulsalam, Husein. (4 Oktober 2017). "Diplomasi Fauna dan Bujuk Rayu China." [tirto.id, https://tirto.id/diplomasi-fauna-dan-bujuk-rayu-cina-cxLC](https://tirto.id/diplomasi-fauna-dan-bujuk-rayu-cina-cxLC).

- Agiesta, Fellyanda S. (2017). “Waw! Dua Panda Raksasa Bakal Terbang ke Jerman!” Winnet News. <https://www.winnetnews.com/post/waw-dua-panda-raksasa-bakal-terbang-ke-jerman->
- Alasan Mengapa China Meminjamkan Panda ke Kebun Binatang di Seluruh Dunia.* (31 Mei 2013). BBC News. <https://www.bbc.com/indonesia/vert-cap-48455379>.
- Azkiya, Balqis T. (15 Maret 2022). “Apa Itu Diplomasi Publik?” Kompas.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/03/15/140000869/apa-itu-diplomasi-publik-?page=all>.
- Baijie, An. (2017, July 7). “Panda Diplomacy Charms Berlin.” China Daily. https://www.chinadaily.com.cn/world/2017xivisitgermany/2017-07/07/content_30037338.htm.
- Cara Berdiplomasi Aneh yang Ada di Dunia (1).* (17 Mei 2019). KumparanNews. <https://kumparan.com/lampu-edison/cara-berdiplomasi-aneh-yang-ada-di-dunia-1-1r65tgxu0x1/1>.
- Cina Disebut sebagai Pasar Terpenting bagi Mobil VW, BMW, Daimler.* (Diperbarui pada 9 September 2020). Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia. <https://www.gaikindo.or.id/cina-disebut-sebagai-pasar-terpenting-bagi-mobil-vw-bmw-daimler/>.
- Chinese President Xi Jinping’s ‘panda diplomacy’ with Germany.* (6 Agustus 2017). France 24. <https://www.france24.com/en/20170706-china-germany-panda-diplomacy-berlin-zoo-xi-jinping-merkel>.
- Danaparamitha, Helmi A. (3 Oktober 2014). “Pola Diplomasi.” Universitas Airlangga. [http://helmi-akbar-fisip13.web.unair.ac.id/artikel_detail-112866-\(SOH203\)%20Negosiasi%20dan%20Diplomasi-Pola%20Diplomasi.html](http://helmi-akbar-fisip13.web.unair.ac.id/artikel_detail-112866-(SOH203)%20Negosiasi%20dan%20Diplomasi-Pola%20Diplomasi.html).
- Dilema Jerman, Bersekutu dengan AS dan Jalin Kemitraan Bisnis dengan Cina.* (9 September 2021). DW. <https://www.dw.com/id/jerman-bersekutu-dengan-as-dan-berbisnis-dengan-cina/a-59129916>.
- Diplomasi Panda: Cara Tiongkok Jaga Relasi Bilateral.* (25 September 2017). Rappler.com. <https://www.rappler.com/world/bahasa-indonesia/diplomasi-panda-cara-tiongkok-jaga-relasi-bilateral>.
- Dua Anak Panda yang Lahir di Jerman Akhirnya Diberi Nama.* (9 Desember 2019). Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/global/read/4130194/foto-dua-anak-panda-yang-lahir-di-jerman-akhirnya-diberi-nama?page=1>.
- Erina, Reni. (21 Januari 2022). “Jerman-China Siap Tingkatkan Kerja Sama di Berbagai Bidang, Janji Hindari ‘Diplomasi Mikrofon’.” Republik Merdeka. <https://dunia.rmol.id/read/2022/01/21/520326/jerman-china-siap-tingkatkan-kerja-sama-di-berbagai-bidang-janji-hindari-diplomasi-mikrofon>.
- Fadilla, Devi R., Luthfi F. Ramadhani, Bagus Subkhan, Monica Kusuma S., Iriani N. Gloria. (2016). “Multilateral Diplomacy.” Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. https://www.academia.edu/37657995/Diplomasi_Multilateral_Studi_Kasus_BRICS_Brazil_Rusia_India_China_dan_Afrika_Selatan.
- Germany and China: Bilateral Relations.* (Diperbarui pada September 14, 2021). Federal Foreign Office. <https://www.auswaertiges-amt.de/en/aussenpolitik/china/228916>.
- Germany Exports to China.* (Diperbarui pada Februari 2021). Trading Economics. <https://tradingeconomics.com/germany/exports/china>.

- Holland, Brynn. (2018, August 22). "Panda Diplomacy: The World's Cutest Ambassadors." History. <https://www.history.com/news/panda-diplomacy-the-worlds-cutest-ambassadors>.
- Hubungan Jerman-Cina Bukan Sekedar Diplomasi Panda. (28 Agustus 2012). DW. <https://www.dw.com/id/hubungan-jerman-cina-bukan-sekedar-diplomasi-panda/a-16199700>.
- Iyabu, Ahmad F. (22 Desember 2021). "Telepon Kanselir Olaf Scholz, Presiden Xi Jinping Harap Jerman Mampu Stabilkan Hubungan China – Uni Eropa." VOI. <https://voi.id/berita/116249/telepon-kanselir-olaf-scholz-presiden-xi-jinping-harap-jerman-mampu-stabilkan-hubungan-china-uni-eropa>.
- Jerman Menampakkan Cara Kolaborasi yang Saling Menguntungkan. (Diperbarui pada 22 Desember 2021). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. <https://ekonomi.uma.ac.id/2021/12/24/jerman-menampakkan-cara-kolaborasi-yg-saling-menguntungkan/>.
- Khalika, Nindias N. (5 Maret 2018). "Di Balik Keberhasilan Cina Mengkonservasi Populasi Panda." titro.id. <https://tirto.id/di-balik-keberhasilan-cina-mengkonservasi-populasi-panda-cFCP>.
- Little Bears with a Big Appetite. (2 April 2019). Zoo Berlin. <https://www.zoo-berlin.de/en/news/zoo-news/detail/little-bears-with-a-big-appetite#:~:text=Despite%20the%20wet%20winter%20weather,Tierpark%20Director%20Dr%20Andreas%20Knieriem>.
- Magnier, Mark. (2022, March 4). "50 Years of Panda Diplomacy: The Softest Power Meets the Hard Reality of US-China Tensions." SCMP. <https://www.scmp.com/news/china/article/3169088/50-years-panda-diplomacy-softest-power-meets-hard-reality-us-china>.
- Maheswara, Justinus D. (23 Desember 2020). "Diplomasi Panda: Strategi Cina dalam Menyokong Peaceful Development." Medium.com. <https://devmaheswara.medium.com/diplomasi-panda-strategi-diplomasi-cina-dalam-menyokong-peaceful-development-467cb3d189a6>.
- Matteucci, Aldo. (2005). "Soft Power: The Means to Success In World Politics." Diplomacy. <https://www.diplomacy.edu/resource/soft-power-the-means-to-success-in-world-politics/>.
- Nainggolan, Evan A. (n.d.). "Peran Diplomasi Panda dalam Kepentingan Politik Luar Negeri Tiongkok." Prodi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya. https://www.researchgate.net/publication/356834694_Peran_Diplomasi_Panda_dalam_Kepentingan_Politik_Luar_Negeri_Tiongkok.
- Organisasi Pramuka Dunia dan WWF Luncurkan 'Panda Badge' sebagai Tanda Aksi Nyata Pelestarian Alam. (Diperbarui pada 25 Juli 2019). World Wildlife Foundation Indonesia. <https://www.wwf.id/staging/publikasi/organisasi-pramuka-dunia-dan-wwf-luncurkan-panda-badge-sebagai-tanda-aksi-nyata-pelestarian-alam>.
- Panda Death Dampens Joy Over Knut. (2007, March 27). Spiegel International. <https://www.spiegel.de/international/zeitgeist/berlin-zoo-in-mourning-over-yan-yan-panda-death-dampens-joy-over-knut-a-474144.html>.

- Panda Power*. (2017, June 16). China Daily. https://www.chinadaily.com.cn/world/2017-06/16/content_29819203.htm.
- Panda Transport to the Berlin Zoo*. (n.d.). Footage Berlin. <https://footage-berlin.com/en/panda-transport-to-the-berlin-zoo-1980/>.
- Primus, Josephus. (22 Agustus 2012). “*Panda Paling Gaek Mati*.” kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2012/08/22/18342465/~Internasional~Unik>.
- Purnama, Basuki E. (30 Januari 2020). “*Bayi Kembar Panda Siap Tampil di Depan Publik Jerman*.” Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/internasional/286654/bayi-kembar-panda-siap-tampil-di-depan-publik-jerman>.
- Putri, Arum S. (19 Desember 2019). “*Bentuk Kerja Sama Internasional: Bilateral, Regional, Multilateral*.” kompas.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/19/180000269/bentuk-kerja-sama-internasional-bilateral-regional-multilateral>.
- Read, Johanna. (2021, July 15). “*How Many Giant Pandas Are Left in the World*.” Reader’s Digest. <https://www.rd.com/article/how-many-giant-pandas-are-left-in-the-world/>.
- Stratton, Allegra dan Tania Branigan. (10 Januari, 2011). “*Giant Pandas from China Help Seal New Business Deals with UK*.” The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2011/jan/10/pandas-china-uk-oil-refinery-deal>.
- Szczudlik, Justyna. (2019, November 9). “*Role of ‘Panda Diplomacy’ in China’s Foreign Policy*.” The Polish Institute of International Affairs. https://pism.pl/publications/Role_of_Panda_Diplomacy_in_China_s_Foreign_Policy.
- Qianhui, Zhan dan Zhao Siyuan. (2017, July 6). “*A Short History of Panda Fever Worldwide*.” China Daily. https://www.chinadaily.com.cn/world/2017-07/06/content_27253894_7.htm.
- Why Do We Love Pandas?* (11 Januari 2011). BBC News. <https://www.bbc.com/news/world-12160538>.
- European Council on Foreign Relations. (2012). *China and Germany: Why the Emerging Special Relationship Matters for Europe*. Berlin: European Council on Foreign Relations. https://www.files.ethz.ch/isn/173460/ECFR55_CHINA_GERMANY_BRIEF_AW.pdf