

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tiongkok dan Jepang merupakan negara yang memiliki hubungan fluktuatif di kawasan Asia Timur. Kemunculan Tiongkok sebagai negara yang memiliki kekuatan ekonomi dan militer yang kuat membuat terjadinya perubahan struktur di Asia.¹ Sebelumnya Jepang merupakan negara terkaya di Asia Timur Laut, kemunculan Tiongkok membuat Jepang harus mengatur strategi baru dalam menghadapi kebangkitan Tiongkok.² Tahun 1952, Jepang mengeluarkan *Treaty of Taipei* bersama Tiongkok di Taiwan yang berisi tentang pembebasan kompensasi perang serta menganggap Tiongkok sebagai negara yang kalah dalam perang saudara yang lari ke Taiwan. Namun, pemerintah Tiongkok tidak terima akan perjanjian tersebut dan menganggap ilegal perjanjian tersebut. Tiongkok akhirnya meminta perjanjian ini dibatalkan sebagai syarat normalisasi hubungan antara dua negara.³

Sejak tahun 1972 hubungan kedua negara mulai mengalami peningkatan ditandai dengan interaksi ekonomi dan sosial budaya yang terus berkembang. Salah satu buktinya yaitu Tiongkok merupakan mitra dagang terpenting Jepang serta tujuan utama untuk *Foreign Direct Investment* (FDI). Sedangkan bagi Tiongkok,

¹ Angga Nurdin Rachmat, "Security Dilemma Dalam Dinamika Hubungan Bilateral China dan Jepang", *Jurnal Interdependence*, Vol. 5, No. 1, (2017).

² Mike M. Mochizuki, "Japan's Shifting Strategy Toward the Rise of China", *Journal of Strategic Studies*, (2014).

³ Masaya Inoue, "The Japan-China Treaty of Peace and Friendship as History", *Asia Pacific Review*, Vol. 25, No. 1, (2018).

Jepang merupakan mitra dagang terbesar ketiga Tiongkok dan sumber FDI terbesar kedua bagi Tiongkok.⁴

Pada tahun 1978, kedua negara akhirnya menyepakati *Treaty of Peace and Friendship* antara Jepang dan Tiongkok di mana sebelumnya pemerintah Jepang dan Tiongkok telah mengeluarkan *Joint Communique* di Peking pada 29 September 1972. Hal ini menyetujui bahwa ini merupakan dasar hubungan perdamaian dan persahabatan antara kedua negara, dan prinsip-prinsip yang dinyatakan dalam *Joint Communique* harus dipatuhi secara ketat.⁵ Pada artikel 1 nomor 1 juga disebutkan bahwa kedua negara akan menjalin hubungan damai dan persahabatan selamanya berdasarkan prinsip saling menghormati kedaulatan dan integritas wilayah, tidak saling menyerang tidak campur tangan dalam urusan internal masing-masing, kesetaraan dan keuntungan bersama, dan hidup damai bersama.⁶

Tiongkok sebagai negara yang kuat dalam ekonomi dan militer di kawasan Asia mulai memperkuat *soft-power* negaranya melalui *online game*. Pada akhir 1990an, muncul fenomena unik di Tiongkok yang menjadi sorotan, yaitu adanya *game* pernikahan virtual berbasis *website* di mana pada saat itu sekitar 120.000 orang di Tiongkok Daratan telah menikah secara virtual.⁷ Tahun 2001, Tiongkok membuat terobosan baru dengan *game* tipe *massively multiplayer online game* (MMOGs), dan sejak saat itu industri *online game* Tiongkok berkembang pesat.⁸

⁴ Bjorn Jerden and Linus Hagstrom, "Rethinking Japan's China Policy: Japan as an Accomodator in the Rise of China, 1978-2011", *Journal of East Asian Studies*. (2012).

⁵ MOFA Japan, "Treaty of Peace and Friendship Between Japan and The People's Republic of China", Ministry of Foreign Affairs of Japan, tersedia di: <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/china/treaty78.html> (Diakses pada tanggal 24 Desember 2022).

⁶ MOFA Japan, "Treaty of Peace and Friendship Between Japan and The People's Republic of China"

⁷ Kwai-Cheung Lo, "The Web Marriage Game, The Gendered Self, and Chinese Modernity," *Cultural Studies* Vol. 23, No. 3, (2009).

⁸ Mirko Ernkvist dan Patrik Ström, "Enmeshed in Games with the Government: Governmental Policies and the Development of the Chinese Online Game Industry", *Games and Culture*, Vol. 3, (2008).

Pemerintah Tiongkok mulai meningkatkan perhatiannya dan mengubah kebijakan resminya terhadap industri *online game*. Tahun 2007 pemerintah Tiongkok memberikan regulasi terhadap *online game* Tiongkok oleh *General Administration of Press and Publication* (GAPP) dan menteri lainnya.⁹ Regulasi ini yaitu *Notice Concerning the Protection of Minors Physical and Mental Well-Being and Implementation of Anti-Addiction System on Online Games* di mana regulasi ini menegaskan bahwa dibutuhkannya identifikasi kartu identitas nama asli dan *anti-addiction*. Pada masa itu GAPP telah memperingatkan 20 perusahaan yang belum mengadopsi sistem tersebut untuk menerapkannya terakhir pada akhir Juli.¹⁰

Pada tahun 2010 pemerintah Tiongkok mengeluarkan regulasi bernama *Interim Measures for Administration of Online Games* yang mengatur tentang pengembangan, produksi, publikasi *online game*, pembelian lisensi *game* luar negeri, pengelolaan mata uang virtual, dan memberikan sertifikasi legal kepada setiap entitas bisnis yang terlibat dalam industri. Regulasi ini membatasi semua aktivitas pengembangan, produksi dan publikasi MMOs¹¹ hanya dapat dilakukan oleh entitas bisnis yang telah mendapatkan legalitas hukum dari pemerintah.¹² Namun pada tahun 2014, regulasi ini mengalami perubahan dan difinalisasi tahun 2017 yang mana disebutkan pemerintah Tiongkok tidak akan terlibat secara langsung dalam pengembangan industri *online game* MMOs. Walaupun tidak terlibat secara langsung, pemerintah tetap membantu industri *online game*

⁹ Mirko Ernkvist dan Patrik Ström, “Enmeshed in *Games* with the Government: Governmental Policies and the Development of the Chinese *Online Game* Industry”

¹⁰ Mirko Ernkvist dan Patrik Ström, “Enmeshed in *Games* with the Government: Governmental Policies and the Development of the Chinese *Online Game* Industry”

¹¹ MMOs merupakan Massively Multiplayer Online, di mana ini merupakan salah satu genre *game online*.

¹² Muhammad Rheza Arfianda dan Denada Faraswacyen L. Gaol, “Kebijakan Luar Negeri Tiongkok terhadap Pengembangan Industri *Game Online* di Kawasan Asia Tenggara 2014-2018”, *Balcony*, (2019).

berkembang dengan adanya kebijakan pelarangan impor konsol, penerapan kebijakan restriktif atas perusahaan maupun produk *online game* asing yang masuk ke pasar Tiongkok, serta memberi subsidi terhadap perusahaan *game* lokal Tiongkok.¹³

Pada masa kepemimpinan Xi Jinping *soft power* merupakan satu hal yang penting. Pada pidatonya tahun 2013 yang berjudul “Enhance China's Cultural Soft Power” ia mengatakan bahwa dalam upaya memperkuat budaya Tiongkok, diperlukan penyebaran nilai-nilai Tiongkok modern. Xi Jinping juga menekankan bahwa banyak hal yang harus dilakukan untuk mengembangkan dan menjelaskan ide-ide dari Tiongkok, serta memperluas *platform* publisitas ke luar negeri sehingga budaya Tiongkok dapat dikenal melalui komunikasi internasional dan diseminasi. Hal ini yang membuat Tiongkok aktif dalam aspek diplomasi publik seperti promosi media hiburan seperti film, program tv, *online game*, yang bertujuan untuk mendapat akses yang lebih luas ke pasar internasional.¹⁴

Pada bulan September 2020, *Beijing International Game Conference* (BIGC) diselenggarakan di bawah pengawasan langsung *Department of Publicity of the Communist Party*. Acara ini menjadi *platform* bagi pejabat pemerintah Tiongkok untuk menyampaikan pesan kepada para pengembang *game* agar menciptakan *game* yang mengakar pada budaya dan nilai-nilai secara khusus.¹⁵

¹³ Ahmed Agung Faisal, “Kebijakan Pemerintah China dalam Industri *Game* Tahun 2000-2014”, e-Journal Ilmu Hubungan Internasional.

¹⁴ Qiushi, “Enhance China’s Cultural Soft Power,” Qiushi tersedia di: http://en.qstheory.cn/2020-11/13/c_607602.htm (Diakses pada tanggal 11 April 2023).

¹⁵ South China Morning Post, “Beijing stresses important of *games* imparting Chinese values at inaugural developers conference,” South China Morning Post tersedia di: <https://www.scmp.com/tech/policy/article/3103342/beijing-stresses-importance-games-imparting-chinese-values-inaugural>

Genshin Impact ini sendiri diproduksi oleh perusahaan miHoYo pada bulan September tahun 2020. *Game* ini adalah *game action role-playing open-world* yang dapat dimainkan secara gratis. *Game* ini telah sukses besar sejak awal rilisnya pada September 2020.¹⁶ *Genshin Impact* dirilis hampir pada semua *platform*, termasuk iOS, Android, Microsoft Windows, dan Playstation, dengan fitur co-op antara mobile dan PC yang dapat dimainkan bersama. Kesuksesan *Genshin Impact* tidak hanya pada awal rilisnya, namun *Genshin Impact* juga memenangkan penghargaan *Best Game* dan *Game of The Year* di tahun yang sama dari Google Play Store dan App Store milik Apple. *Game* ini memiliki empat server di dalam *game* nya yaitu: Asia, Tiongkok, Eropa, dan Amerika.¹⁷ *Game* ini menggunakan sistem gacha yang populer di Jepang. Sistem gacha ini bermula pada awal tahun 2010 dan telah berhasil digunakan dalam banyak *game* mobile terlaris di Jepang. Sistem ini telah menjadi bagian penting dari budaya *game* mobile Jepang.¹⁸

Genshin Impact juga telah diumumkan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Rakyat Tiongkok sebagai salah satu dalam daftar ekspor budaya utama dari tahun 2021 hingga 2022 di situs web resminya. Hal ini ditujukan untuk mendorong dan membimbing perusahaan budaya untuk menjelajahi pasar internasional, selain itu hal ini juga menunjukkan bahwa *game* tersebut telah menjadi sarana diplomasi publik Tiongkok ke Jepang.¹⁹

¹⁶ Matthews James Adams, "Tech Otakus Save the World? Gacha, Genshin Impact, and Cybernesis", *British Journal of Chinese Studies*, Vol. 12, (2022).

¹⁷ Fitrawan Akbar dan Bevaola Kusumasari, "Making policy fun: How political aspects and policy issues are found in video games," *Policy Futures in Education*, (2022). <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14782103211033071> (Diakses pada tanggal 11 April 2023).

¹⁸ Xueqiong Xu dan Kazuhiro Asakawa, "Key Success factors of NetEase's Knives Out in Japan mobile *game* market", (2020).

¹⁹ Ministry of Culture and Tourism of the People's Republic of China, "Pemberitahuan Kasus Praktik Inovasi Digital Kebudayaan dan Pariwisata", Ministry of Culture and Tourism of the People's Republic of China tersedia di:

1.2 Rumusan Masalah

Hubungan Tiongkok dan Jepang memiliki dinamika yang fluktuatif dan kedua negara juga memainkan peran kunci dalam menjaga stabilitas kawasan Asia. Hubungan antara kedua negara ini membaik yang ditandai dengan adanya interaksi ekonomi dan sosial budaya yang terus berkembang. Jepang dikenal dengan budaya populer *anime*, sementara Tiongkok memasukkan unsur budayanya dalam *game Genshin Impact*. Dalam *game* ini terdapat budaya Tiongkok seperti seni Opera, desain karakter, dan referensi tempat yang digunakan dari dunia nyata Tiongkok. Tiongkok mulai melakukan penyebaran budaya melalui *game* ini ke dunia termasuk ke Jepang. Tindakan Tiongkok ini merupakan bentuk diplomasi publik Tiongkok ke Jepang, sehingga menarik untuk diteliti bagaimana peran *game Genshin Impact* dalam diplomasi publik Tiongkok ke Jepang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana peran *game Genshin Impact* dalam diplomasi publik Tiongkok ke Jepang?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis peran *game Genshin Impact* dalam diplomasi publik Tiongkok ke Jepang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat secara akademis maupun praktis dan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan di masa depan.

https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/kjyy/202210/t20221008_936307.html (Diakses pada tanggal 15 Januari 2023).

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya. Penelitian ini juga bermanfaat bagi individu terutama mahasiswa-mahasiswi Hubungan Internasional sebagai media untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan selama kuliah di program studi Hubungan Internasional, serta penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, sebagai referensi tambahan serta manfaat dan menambah wawasan terutama dalam studi Hubungan Internasional dalam melihat bagaimana peran *game Genshin Impact* dalam diplomasi publik Tiongkok ke Jepang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan perusahaan ataupun sektor privat khususnya di Indonesia dalam menggunakan *online game* sebagai instrumen atau media penyebaran budaya.

1.6 Studi Pustaka

Pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa kajian literatur yang dapat dijadikan rujukan dalam mengembangkan penelitian dan menjadi gambaran fenomena yang akan diteliti. Literatur pertama yang digunakan oleh penulis merujuk pada artikel jurnal dari Kuo-Kuang Fan dan Ting-Ting Feng yang berjudul “*Sustainable Development Strategy of Chinese Animation Industry.*”²⁰ Dalam artikel ini Kuo-Kuang Fan dan Ting-Ting Feng menjelaskan tantangan dan masalah yang dihadapi dalam industri animasi Tiongkok berdasarkan *Porter’s Diamond Model* yang menganalisis situasi dari animasi Tiongkok dari enam aspek: faktor

²⁰ Kuo-Kuang Fan dan Ting-Ting Feng, “Sustainable Development Strategy of Chinese Animation Industry”, *Sustainability*, Vol. 13, (2021).

produksi, kondisi permintaan, rantai industri, strategi perusahaan, faktor budaya, dan kebijakan pemerintah. Selain itu dalam artikel jurnal ini memperlihatkan bahwa pengembangan industri animasi Tiongkok ini harus diselesaikan dengan integrasi sumber daya dalam industri, meningkatkan rantai kerja sama, meningkatkan perusahaan, inovasi teknologi, penanaman budaya, pelatihan personil eksternal, dukungan pemerintah, perlindungan hukum, dan aspek lainnya.

Penelitian oleh Kuo-Kuang Fan dan Ting-Ting Feng memberikan kontribusi terhadap penulis dari segi analisis yang dilakukan oleh peneliti artikel jurnal ini yaitu dalam pengembangan animasi lokal dibutuhkan kerja sama yang kuat dari segala aspek seperti ekonomi, hak kekayaan intelektual, bantuan pemerintah dari segi dana ataupun subsidi, permintaan dalam negeri, budaya, tenaga kerja yang kuat, dan lain hal sebagainya.

Peneliti artikel jurnal ini menjelaskan bahwa dalam pengembangan animasi Tiongkok ini masih banyak hal yang perlu ditingkatkan dikarenakan sedikitnya peran pemerintah dalam membantu pengembangan industri animasi lokalnya, sehingga hal ini membuat para tenaga kerja ataupun perusahaan industri animasi mengalami tantangan yang banyak seperti adanya pembajakan karena tidak adanya kebijakan ataupun hak kekayaan intelektual akan properti yang telah diproduksi, cara promosi yang asal-asalan, dana yang tidak cukup untuk melakukan pengembangan, serta para pekerja yang lebih memilih bekerja kepada perusahaan lain sehingga industri animasi Tiongkok tidak berjalan atau terbengkalai. Hal ini kebanyakan diakibatkan oleh kurangnya dukungan pemerintah akan pengembangan industri animasi berkelanjutan.

Literatur kedua yang digunakan oleh penulis merujuk pada artikel jurnal oleh Chadijah Isfariani Iqbal yang berjudul “Budaya Populer *Game* Pokemon GO Sebagai *Soft Diplomacy* Jepang.”²¹ Dalam artikel jurnal ini menjelaskan bahwa Jepang melakukan penyebaran budayanya melalui *online game* yang bernama Pokemon Go, *game* ini digunakan sebagai *soft diplomacy* Jepang ke luar negeri. Hal ini dikarenakan Jepang memang lebih banyak memiliki sumber daya yang dapat berpotensi menjadi *soft power*, selain itu *game* Pokemon Go ini merupakan salah satu diplomasi budaya Jepang yang salah satunya ditujukan untuk membangun citra positif Jepang di dunia internasional. Kontribusi artikel jurnal ini bagi peneliti adalah bagaimana *game* ini bisa menjadi salah satu kegiatan diplomasi budaya Jepang kepada masyarakat internasional melalui konsep *soft power* oleh Joseph Nye dan *soft power currencies* oleh Alexander Vuving.

Literatur ketiga yang digunakan oleh penulis merujuk pada artikel jurnal oleh Firman Budianto yang berjudul “*Anime, Cool Japan, dan Globalisasi Budaya Populer Jepang*.”²² Dalam artikel jurnal ini dijelaskan bagaimana animasi Jepang atau disebut juga dengan *anime* berkembang dari yang hanya budaya lokal namun telah menjadi komoditas global seperti yang kita alami pada saat sekarang ini. Perkembangan *anime* yang merupakan bagian dari budaya populer Jepang serta diiringi dengan perkembangan industri kreatif Jepang itu sendiri yang mana itu merupakan hal turunan dari *anime*. Artikel jurnal ini juga menjelaskan bahwa perkembangan *anime* tidak akan terjadi hanya karena promosi dari perusahaan yang memproduksi *anime* tersebut saja, melainkan peran pemerintah pun dibutuhkan

²¹ Chadijah Isfariani Iqbal, “Budaya Populer *Game* Pokemon GO Sebagai *Soft Diplomacy* Jepang”, Izumi, Vol. 5, No. 2 (2016).

²² Firman Budianto, “*Anime, Cool Japan, dan Globalisasi Budaya Populer Jepang*”, Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 6, No. 2, (2015).

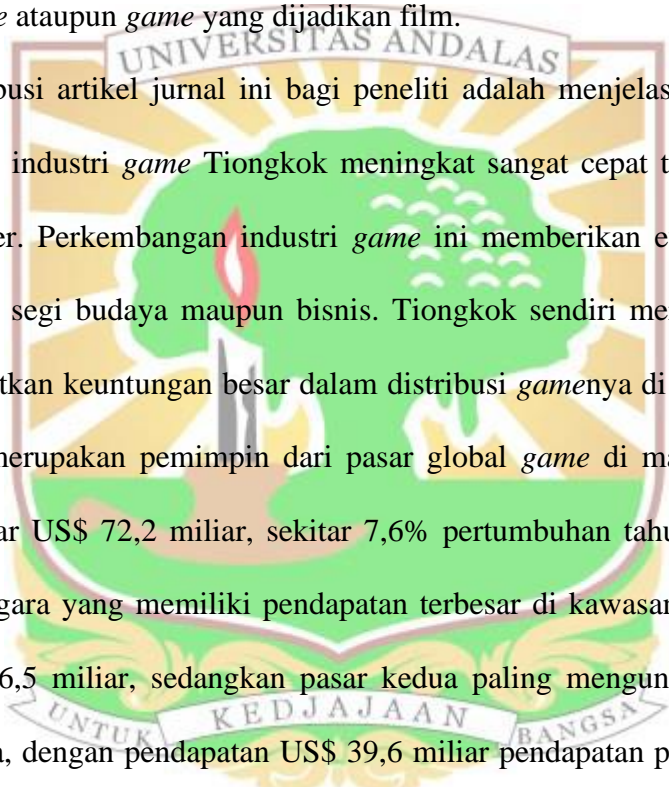
untuk mempromosikan *anime* ini yang akan menunjukkan dukungan ataupun sinergi antara perusahaan, pemerintah, sektor swasta, atau pihak lainnya sehingga dapat diterima masyarakat global.

Kontribusi artikel jurnal ini bagi peneliti adalah bagaimana konsep yang digunakan oleh peneliti dalam menjelaskan *soft-power* dari Jepang melalui konsep *Gross National Cool* (GNC) yang dikenalkan oleh McGray dan konsep *soft-power* yang dijelaskan oleh Joseph Nye. Dalam menjelaskan dengan konsep GNC, Jepang dalam artikel jurnal ini dianggap bukan lagi sebagai negara *super-power* tetapi lebih cocok disebut sebagai negara *cultural super-power* karena adanya budaya asli Jepang pada produk buatan mereka yakni *anime*. Dalam konteks *soft-power* sendiri Jepang ini dapat dianggap sebagai negara *super-power* karena dapat menarik orang atau masyarakat dunia melalui budaya populer, diplomasi, nilai-nilai yang disampaikan, ataupun diplomasi di dalam *anime* itu sendiri. Hal ini juga dibuktikan melalui Ministry of Foreign Affairs Jepang sendiri yang menunjuk Doraemon sebagai Duta *Anime* yang diiringi dengan kebijakan diplomasi *soft-power* Jepang melalui budaya populer yang akhirnya berkembang pada saat ini dengan nama *Cool Japan*.

Literatur keempat yang digunakan oleh penulis merujuk pada artikel jurnal oleh Piotr Rykała yang berjudul “*The growth of the gaming industry in the context of creative industries*”.²³ Artikel jurnal ini menjelaskan bagaimana definisi industri kreatif awalnya ditemukan, bagaimana perkembangan industri *game* dan definisi *game* itu sendiri berdasarkan industrinya, bagaimana seharusnya tahap produksi *game*, serta kerja sama yang dapat terjadi ketika suatu *game* diproduksi. Selain itu

²³ Piotr Rykała, “The growth of the gaming industry in the context of creative industries”, *Biblioteka Regionalisty*, (2020).

artikel jurnal ini menjelaskan secara spesifik perkembangan industri *game* di Tiongkok yang berawal dari industri *game* komputer. Dalam pengembangan industri *game* sendiri dapat menciptakan suatu kerja sama apakah itu antara pembuat dan penerbit, pembuat dan pendistribusi, ataupun pembuat *game* dan pembuat konsol *platform game*. Selain itu *game* yang diproduksi dapat berasal dari mana saja atau dapat bekerja sama dengan industri lain seperti industri film yang dijadikan *game* ataupun *game* yang dijadikan film.



Kontribusi artikel jurnal ini bagi peneliti adalah menjelaskan bagaimana perkembangan industri *game* Tiongkok meningkat sangat cepat terutama bagian *game* komputer. Perkembangan industri *game* ini memberikan evolusi terhadap Tiongkok dari segi budaya maupun bisnis. Tiongkok sendiri merupakan negara yang mendapatkan keuntungan besar dalam distribusi *gamenya* di Asia. Kawasan Asia sendiri merupakan pemimpin dari pasar global *game* di mana pendapatan tersebut sebesar US\$ 72,2 miliar, sekitar 7,6% pertumbuhan tahunan. Tiongkok merupakan negara yang memiliki pendapatan terbesar di kawasan Asia ini yaitu sekitar US\$ 36,5 miliar, sedangkan pasar kedua paling menguntungkan adalah Amerika Utara, dengan pendapatan US\$ 39,6 miliar pendapatan pada tahun 2019 yakni sekitar 11,7% meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Eropa adalah ketiga paling menguntungkan di dunia, dengan perkiraan pendapatan *game* sebesar US\$ 29,9 miliar.

Literatur kelima yang digunakan oleh penulis merujuk pada artikel jurnal oleh Ng Wai-ming yang berjudul “*The Impact of Japanese Comics and Animation in Asia.*”²⁴ Dalam artikel jurnal ini Wai-ming menjelaskan bagaimana

²⁴ Ng Wai-ming, “The Impact of Japanese Comics and Animation in Asia”, *Journal of Japanese Trade and Industry*, (2002).

perkembangan dan pengaruh animasi Jepang di Hong Kong, Taiwan, dan Tiongkok. Artikel jurnal ini juga menjelaskan bahwa animator di kawasan Asia dipengaruhi oleh Jepang dari segi menggambar, format, suasana, perspektif, cerita dan plot, serta sistem produksi. Sebagai contoh pengaruh dari animasi Jepang yaitu *Slam Dunk* yang merupakan animasi buatan Jepang dibuat ulang oleh Tiongkok dengan judul serta cerita yang direvisi yang berjudul *Music Up!* Walaupun begitu, tetap saja animasi dari Tiongkok itu masih mengambil cara-cara Jepang dalam membuat animasi.

Kontribusi artikel jurnal ini bagi peneliti adalah bagaimana kepopuleran animasi dan manga Jepang sangat populer di Tiongkok dan berpengaruh apalagi pada kalangan artis muda dan konsumen, selain itu para artis memiliki perasaan yang bercampur aduk terhadap animasi dan manga Jepang. Hal itu diakibatkan dua sisi yang mana para artis belajar pada animasi dan manga produksi Jepang, namun di sisi lain mereka juga tertekan oleh pemerintah, penerbit dan perusahaan produksi untuk mengurangi pengaruh Jepang agar Tiongkok dapat mengembangkan animasi dan manganya sendiri.

1.7 Kerangka Konseptual

Peneliti menggunakan konsep diplomasi publik oleh Jan Melissen dan memperlihatkan bentuk diplomasi publik oleh Tiongkok ke Jepang. Konsep ini dijelaskan Melissen di mana terdapat tiga elemen yaitu *propaganda*, *nation branding*, dan *foreign cultural relations*.

1.7.1 Public Diplomacy oleh Jan Melissen

Menurut Melissen, diplomasi publik adalah upaya yang dilakukan untuk secara positif mempengaruhi individu atau organisasi di luar negara tersebut,

sehingga dapat mengubah persepsi individu tersebut terhadap negara tersebut. Selain itu, disebutkan juga bahwa diplomasi publik merujuk pada instrumen yang digunakan oleh negara, entitas perkumpulan negara, serta beberapa pelaku tingkat sub-negara dan non-negara untuk memperoleh pemahaman mengenai budaya, sikap, dan perilaku; membangun serta mengelola hubungan; serta mempengaruhi persepsi dan menggerakkan tindakan guna memajukan kepentingan dari nilai-nilai yang mereka anut.²⁵

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik memiliki peran sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan kepentingan nasional suatu negara melalui upaya pemahaman, penyampaian informasi, serta pengaruh terhadap masyarakat di luar negeri. Oleh karena itu, diplomasi publik dianggap sebagai salah satu instrumen dari *soft-power*.²⁶

Konsep yang disampaikan Melissen ini juga dapat diterapkan oleh perusahaan negara atau lembaga non-pemerintah dalam upaya mempengaruhi opini publik, membangun citra merek, atau menjalin hubungan dengan masyarakat internasional. Melissen menjelaskan bahwa ada tiga aspek dalam diplomasi publik yaitu: *propaganda*, *nation-branding*, dan *foreign cultural relations*.

1.7.1.1 *Propaganda*

Dalam teori yang dijelaskan oleh Melissen, tidak ada keharusan dalam menggunakan *propaganda* dalam pelaksanaan diplomasi publik. Namun, masyarakat umum melihat *propaganda* sebagai hal yang negatif, karena *propaganda* adalah upaya untuk mempengaruhi pendapat individu melalui

²⁵ Jan Melissen, "Beyond the New Public Diplomacy," JSTOR (2011).

²⁶ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice," *the new public diplomacy: Soft-power in international relations* (2005).

penyebaran ide dan nilai-nilai tertentu guna mencapai tujuan tertentu. *Propaganda* dirancang secara sengaja untuk melayani *propagandis* dan penguasa politik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Meskipun definisi ini sulit dibedakan dengan beberapa definisi diplomasi publik yang telah ada sebelumnya, terlihat dengan jelas bagaimana diplomasi publik dapat digambarkan sebagai bagian dari *propaganda*.²⁷

1.7.1.2 *Nation-branding*

Aspek kedua pada teori ini adalah *nation-branding* atau *nation re-branding*. *Nation re-branding* sebuah negara melibatkan upaya yang jauh lebih besar dan terkoordinasi daripada diplomasi publik. Bagi sebagian orang, diplomasi publik diinisiasi oleh praktisi, sedangkan *nation re-branding* berkaitan dengan mobilitasi semua kekuatan sebuah negara yang dapat berkontribusi pada promosi citra negaranya di luar negeri. Paradoksnya, karena alasan yang sama, *nation re-branding* dan diplomasi publik sebenarnya memiliki hubungan yang erat, dan hal ini menjelaskan mengapa kementerian luar negeri dari berbagai negara menunjukkan minat terhadap *re-branding*.²⁸

Menurut Melissen, ambisi *nation-branding* melampaui tujuan terbatas dan sikap kerendahan hati dalam kampanye diplomasi publik. Diplomat publik menyadari bahwa komunikasi diplomatik hanya sebagian kecil dari proses komunikasi lintas batas yang kompleks. Kekuatan diplomasi publik terletak pada pengakuan dan penerimaan atas keterbatasannya. Selain itu, *nation-branding* menekankan identitas negara dan mencerminkan aspirasinya, tetapi terbatas oleh

²⁷ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice," 16.

²⁸ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice," 19.

realitas sosial yang ada. Artikulasi dan proyeksi identitas menjadi hal penting dalam proses *branding*. Diplomasi publik tidak bertentangan dengan *nation-branding*, sebaliknya malah saling melengkapi. Keduanya ditujukan untuk publik asing dan memiliki dimensi domestik yang penting. Diplomasi publik lebih berfokus pada persepsi luar daripada persepsi sendiri.²⁹

1.7.1.3 *Foreign Cultural Relation*

Foreign cultural relation mengacu pada aspek yang lebih luas dalam hubungan internasional yang melibatkan interaksi budaya antar negara-negara. Dalam konteks ini, *foreign cultural relations* mencakup komunikasi, pertukaran, dan kolaborasi dalam berbagai bidang seperti seni, budaya populer, penelitian, jurnalistik, dan perdebatan nasional. *Foreign cultural relations* bertujuan untuk membangun hubungan saling pengertian dan kepercayaan antar negara-negara dan masyarakat asing melalui interaksi budaya yang berkelanjutan. Aspek ini menekankan pentingnya keterlibatan aktif dengan audiens asing, pemahaman bersama, dan pembangunan hubungan yang stabil dalam jangka panjang. Hal ini juga termasuk upaya untuk memenangkan hati dan pikiran orang-orang serta membangun kepercayaan melalui dialog yang terbuka.³⁰

Dalam implementasinya, *nation-branding* dan *foreign cultural relation* digunakan sebagai pendekatan untuk mencapai tujuan diplomasi publik. Dalam konteks ini, penulis mengacu pada penggunaan kedua variabel tersebut oleh perusahaan HoYoverse dalam perilisan *game Genshin Impact*. Penerapan *nation-branding* dilakukan dengan tujuan untuk membentuk pandangan positif terhadap

²⁹ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice," 20.

³⁰ Jan Melissen, "The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice," 23.

negara dan permainan ini bagi para pemainnya, hal ini dilakukan melalui penerapan elemen budaya Tiongkok dalam *game Genshin Impact*. Sedangkan dalam konteks *foreign cultural relation*, pengembang *game Genshin Impact* menggunakan *game* ini sebagai instrumen untuk memperkenalkan dan menyebarkan budayanya kepada masyarakat internasional.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengolah data penelitian dan memperoleh jawaban dari pertanyaan penelitian. Metode kualitatif mengacu pada teknik analisis data non-numerik yang berfokus pada makna dan pemahaman, bukan kuantifikasi.³¹

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif analisis untuk menjelaskan fenomena yang sedang dikaji. Analisis data akan mencakup kebijakan, perilaku, dan respon dari suatu aktor dalam konteks penelitian. Tujuan dari penggunaan jenis deskriptif analisis pada penelitian ini untuk memudahkan pembaca dalam memahami penerapan diplomasi publik Tiongkok yang mana dalam penerapan diplomasi publik tersebut terdapat diplomasi budaya yang dilakukan oleh Tiongkok secara halus melalui *gamenya*. Tiongkok sendiri merupakan negara yang sangat jarang menggunakan *soft power* sehingga penelitian analisis deskriptif ini sangat cocok untuk menjadi penelitian pembuka dari fenomena ini.

1.8.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini membatasi fokus pada diplomasi publik Tiongkok ke Jepang selama periode Februari 2021 hingga penelitian ini berakhir. Rentang waktu ini

³¹ Umar Suryadi Bakry, "Metode Penelitian Hubungan Internasional," Pustaka Pelajar, (2016).

berawal dari aplikasi *Genshin Impact* mengadakan festival ‘Malam Pergantian Tahun’ di dalamnya yang menyebarkan budaya Tiongkok. Rentang waktu ini juga akan mencakup di mana pemerintah Tiongkok menunjuk *game* ini menjadi salah satu instrumen penyebaran budaya berbasis permainan dan eksplorasi model promosi wisata.

1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini menjadi objek yang akan dianalisis, diamati, dan diprediksi perilakunya, dan sering disebut sebagai variabel dependen.³² Penelitian ini akan menggunakan Tiongkok sebagai unit analisis dengan variabel independen yaitu peran *game Genshin Impact* dalam diplomasi publik Tiongkok ke Jepang. Sebagai variabel independen, peran *game Genshin Impact* akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Penelitian ini akan memfokuskan pada unit eksplanasi yang mempengaruhi perilaku unit analisis. Unit eksplanasi pada penelitian ini adalah bagaimana penyebaran budaya melalui industri *online game* ke Jepang. Hal ini mempengaruhi bagaimana Tiongkok menyebarkan budayanya melalui *game Genshin Impact*. Untuk level analisis, penelitian ini memfokuskan Tiongkok sebagai posisi dari unit yang akan diteliti.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi antara data primer dan data sekunder. Data primer merupakan pengumpulan dan analisis data langsung dari sumber primer, sedangkan data sekunder merupakan pengumpulan dan analisis data dari sumber sekunder yang sebelumnya dikumpulkan oleh peneliti lainnya.

³² Mohtar Mas’oed, “Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi,” LP3ES, (1990).

Dalam penelitian ini, data primer dan sekunder dikumpulkan melalui dua cara yaitu penelitian berbasis internet dan penelusuran literatur. Penelitian berbasis internet ini akan menjadi sumber data utama yang akan didapatkan melalui *game Genshin Impact* itu sendiri. Data ini akan berupa tangkapan layar ataupun acara-acara yang diadakan di dalam *game* tersebut, serta sosial media resmi *Genshin Impact* seperti akun Youtube resminya yang merujuk ke penyebaran budaya Tiongkok. Selain itu data ini juga akan didapat melalui berita-berita, dokumen pemerintah serta *website* resmi pemerintah.

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui *library research*: seperti artikel jurnal yang berkaitan dengan kebijakan Tiongkok terhadap pengembangan industri *online game* di kawasan Asia Tenggara, berita daring yang diambil dari *website* terpercaya seperti South China Morning Post, The Diplomat, Washington Post, Sensor Tower, The New York Times, Mobile Marketing Reads, Equal Ocean, China Daily, *Game Look*, Newzoo, *Games Industry*, Mobidictum, BBC, iNews, Kontekstual, The Record, Reuters, 80lv, The Japan Times, VentureBeat, Weibo dan The China Project. Selain itu *website* resmi Tiongkok yakni Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Rakyat Tiongkok, The People's Government of Sichuan Province, Hunan Government serta dokumen yang juga dapat diakses melalui *website* resmi Tiongkok tersebut.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, peneliti akan mengikuti tiga tahapan analisis data yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Hubberman. Tahapan tersebut terdiri dari:³³

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pengurangan, penyederhanaan, dan transformasi data berdasarkan kata kunci penelitian, yaitu *Genshin Impact*, dinamika Tiongkok-Jepang, *soft power* Tiongkok, *online game* Tiongkok, industri animasi, industri *game*, konflik Tiongkok-Jepang, *anime* Jepang, dan budaya Tiongkok dalam *game Genshin Impact*. Penggunaan kata kunci ini dapat memudahkan peneliti dalam proses mereduksi data agar mendapat data yang relevan dengan area penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap di mana peneliti akan mengorganisir dan merangkum informasi yang relevan dari tahap reduksi data dalam bentuk uraian yang berkaitan dengan peran *game Genshin Impact* dalam penyebaran *soft power* Tiongkok ke Jepang.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di sini peneliti akan menarik kesimpulan dari seluruh analisis yang telah dilakukan terhadap data yang telah dielaborasi.

³³ Matthew B. Miles dan A. Michael Hubberman, "Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook", Second Edition, (United States of America, SAGE Publications, 1994), 11.

1.9 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini secara terperinci menjelaskan struktur penting penelitian seperti latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, kerangka konseptual, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan dari penelitian.

BAB II DINAMIKA HUBUNGAN BILATERAL ANTARA TIONGKOK DAN JEPANG

Bab ini akan menjelaskan secara rinci mengenai hubungan ataupun konflik yang telah terjadi sebelumnya antara Tiongkok dan Jepang, serta menjelaskan bagaimana akhirnya kedua negara dapat berhubungan dengan baik.

BAB III PERKEMBANGAN INDUSTRI ANIMASI DAN *ONLINE GAME* TIONGKOK

Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai perkembangan industri animasi dan *online game* Tiongkok, kemudian mengidentifikasi bagaimana akhirnya industri animasi dan *online game* Tiongkok mulai menyebar ke Jepang.

BAB IV PERAN *GAME GENSHIN IMPACT* SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI PUBLIK TIONGKOK KE JEPANG

Dalam bab ini dijelaskan bagaimana akhirnya peran *game Genshin Impact* sebagai instrumen dalam diplomasi publik Tiongkok ke Jepang yang berusaha untuk memiliki *soft power* yang kuat seperti Jepang.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang mencakup temuan-temuan penting dari penelitian ini.