

PERAN TENCENT GAMES SEBAGAI AKTOR *CORPORATE*

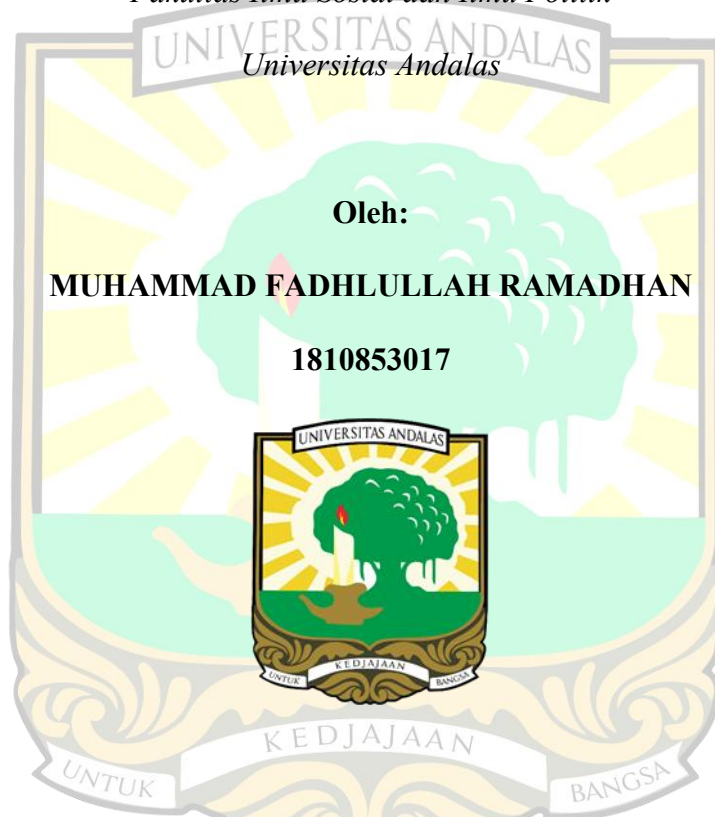
***DIPLOMACY* TIONGKOK DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Oleh:

MUHAMMAD FADHLULLAH RAMADHAN

1810853017

Pembimbing I: Anita Afriani Sinulingga, S.IP, M.Si

Pembimbing II: Putiviola Elia Nasir, S.S, MA

DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

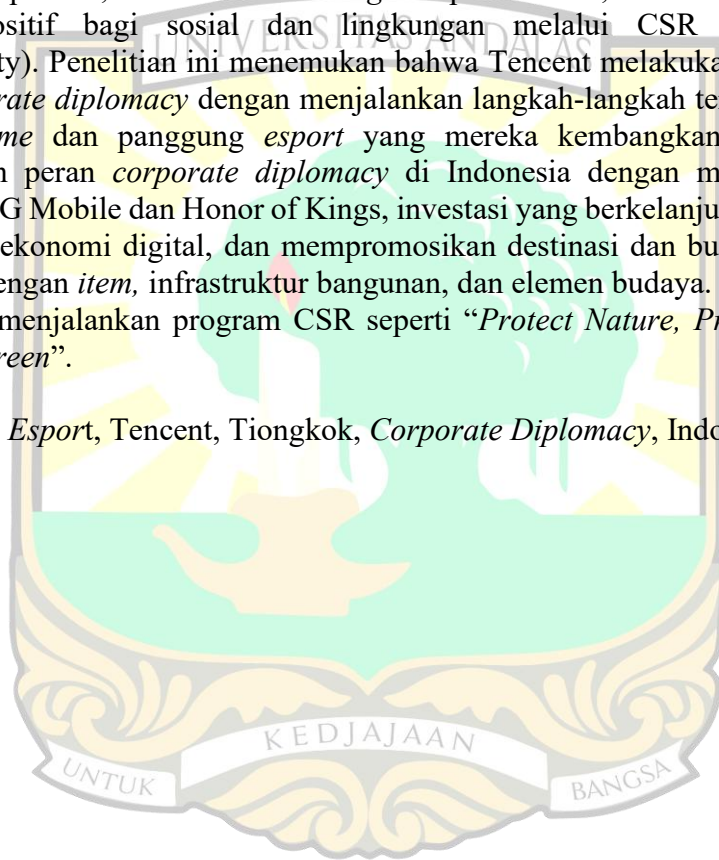
UNIVERSITAS ANDALAS

2025

ABSTRAK

Tencent memanfaatkan perkembangan zaman yang semakin modern dengan mendorong industri *game* dan *esport*. Dorongan Tiongkok lewat langkah “*Internet Plus*” untuk tujuan ekonomi digital Tiongkok yang maju dan tidak bergantung kepada teknologi luar negeri membuat raksasa digital seperti Baidu, Alibaba, dan Tencent semakin gencar dalam menargetkan pasar lokal dan internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peran antara Tiongkok, Tencent, dan salah satu negara yang dituju yaitu Indonesia. Tencent menjalani peran besar dalam hubungan di antara aktor, bukan hanya sebagai raksasa yang mencari keuntungan lewat produk mereka, namun Tencent ikut berperan menjadi aktor *corporate diplomacy* dan sesuai dengan konsep Candace L. White. Untuk menjalankan perannya sebagai aktor *corporate diplomacy* di Indonesia, Tencent menjalankan langkah diplomasi budaya, berinvestasi, mengeksport produk, melakukan *branding* berupa destinasi, dan bertanggung jawab dan dampak positif bagi sosial dan lingkungan melalui CSR (Corporate Social Responsibility). Penelitian ini menemukan bahwa Tencent melakukan perannya sebagai aktor *corporate diplomacy* dengan menjalankan langkah-langkah tersebut di Indonesia. Melalui *game* dan panggung *esport* yang mereka kembangkan, Tencent berhasil menjalankan peran *corporate diplomacy* di Indonesia dengan memasukkan produk seperti PUBG Mobile dan Honor of Kings, investasi yang berkelanjutan untuk panggung *esport* atau ekonomi digital, dan mempromosikan destinasi dan budaya Tiongkok dan Indonesia dengan *item*, infrastruktur bangunan, dan elemen budaya. Tencent juga tidak lupa untuk menjalankan program CSR seperti “*Protect Nature, Protect All Life*” dan “*Play for Green*”.

Kata Kunci: *Esport*, Tencent, Tiongkok, *Corporate Diplomacy*, Indonesia



ABSTRACT

Tencent takes an advantages of modern technological advancements by pushing their gaming and esports industries. With China's "Internet Plus" initiative aimed at advancing its digital economy and reducing to dependency on foreign technology, has driven digital giants like Baidu, Alibaba, and Tencent to intensify efforts in targeting local and international market. This research aims to describe the role of China, Tencent, and one of their target countries, Indonesia. Tencent plays a significant role in the relationship between the actors, not only as a giant who seeking for profit through its products, but Tencent also as an actor in corporate diplomacy, in line with the concept outlined by Candace L. White. To carry out its role as a corporate diplomacy actor in Indonesia, Tencent employs cultural diplomacy, investment, product exports, branding through destination promotion, and taking a responsibility for social and environmental impacts through CSR (Corporate Social Responsibility). This research finds that Tencent fulfills its role as a corporate diplomacy actor by undertaking these measures in Indonesia. Through the games and esports platforms it develops, Tencent successfully carries out corporate diplomacy in Indonesia by introducing their products like PUBG Mobile and Honor of Kings, making sustainable investments in esports and the digital economy, and promoting both Chinese and Indonesian culture contents through items, building infrastructure, and culture elements, Tencent also runs CSR programs like "Protect Nature, Protect All Life" and "Play for Green."

Keywords: Esport, Tencent, China, Corporate Diplomacy, Indonesia

