

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia internasional, setiap negara berupaya untuk menjalin hubungan baik dengan negara lainnya agar dapat memenuhi kepentingan dan kebutuhan-kebutuhannya. Diplomasi merupakan salah satu cara bagi suatu negara untuk berkomunikasi, bernegosiasi, bekerjasama, dan lain sebagainya. Dengan berdiplomasi, semua negara dapat memenuhi kebutuhan serta menjalin hubungan baik dengan negara lainnya. Diplomasi awalnya hanya berupa dialog formal antar para perwakilan negara yang disebut sebagai diplomat. Namun seiring perkembangannya, diplomasi pun menjadi banyak macamnya dan dapat dilakukan tidak hanya oleh diplomat. Selain aktor dalam diplomasi yang semakin beragam, diplomasi juga kini menggunakan berbagai media, tidak lagi hanya pertemuan formal yang dilakukan oleh para diplomat sebagai perwakilan suatu negara. Diplomasi saat ini dapat dilakukan dengan menggunakan budaya, makanan, dan lain sebagainya.

Perkembangan teknologi digital, ekspansi pasar, dan perubahan tatanan politik dunia setelah berakhirnya perang dingin telah merubah hubungan internasional. Globalisasi telah menciptakan dunia yang seolah tidak memiliki batas, serta globalisasi dengan segala inovasi dalam teknologi, internet serta alat komunikasi yang ada, semakin memudahkan setiap masyarakat untuk mengakses data, bahkan

berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat di belahan lain bumi. Saat ini, pengalaman kehidupan nyata bagi banyak orang telah menyatu dengan pengalamannya di dunia maya. Dengan adanya fenomena globalisasi, diplomasi menjadi semakin mudah untuk dilakukan karena kegiatan diplomasi tidak lagi mengharuskan bertatap muka secara langsung, tetapi dapat juga dilakukan melalui internet serta alat-alat elektronik yang kita miliki. Kemajuan teknologi dan keberadaan internet ini dapat membawa manfaat bagi semua orang dalam berbagai aspek, seperti menjadi mudahnya kita untuk mengakses informasi mengenai satu negara.

Dengan adanya perkembangan ini juga, maka diplomasi tidak lagi hanya dapat dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga dapat melibatkan peran aktor non-pemerintah seperti NGO (*Non-Governmental Organization*), media, dan masyarakat publik. Selain melakukan diplomasi jalur formal, negara-negara di dunia sedang giat melakukan dan memaksimalkan diplomasi publiknya. Diplomasi publik merupakan kegiatan diplomasi dimana masyarakat, baik nasional maupun internasional, sebagai targetnya (Djelantik, 2017 : 188). Sehingga hubungan diplomasi publik bukan hanya hubungan antar-pemerintahan saja, namun juga hubungan antar pemerintahan kepada masyarakat. Diplomasi publik dapat dilakukan oleh organisasi-organisasi, institusi, perusahaan atau bahkan oleh individu sekalipun. Bahkan beberapa diplomasi pun sering tidak disadari oleh masyarakat bahwa hal tersebut merupakan bagian dari kegiatan diplomasi.

Selain itu, tujuan utama serta fokus diplomasi publik ini berbeda dengan diplomasi yang dilakukan secara formal yang dilakukan oleh para diplomat.

Dimana dalam diplomasi formal, tujuan yang ingin dicapai antara lain menjalin dan menjaga kerja sama atau hubungan baik antar negara-negara tersebut. Sedangkan dalam diplomasi publik, tujuannya ialah untuk mendapatkan perhatian masyarakat internasional, serta menciptakan kesan baik negaranya di dalam masyarakat internasional, serta memperkenalkan kebudayaan dan kekayaan negaranya kepada masyarakat internasional (Shoelhi, 2018 : 81). Maka dari itu, diplomasi publik dapat disebut sebagai bentuk propaganda, tetapi merupakan propaganda yang baik. Berbagai aktor baik negara maupun non-negara menggunakan berbagai media untuk melakukan diplomasi publik ini. Media tersebut dapat berupa kebudayaan, film-film, lagu, makanan, pariwisata, dan lain sebagainya. Segala bentuk diplomasi, baik itu diplomasi tradisional ataupun diplomasi publik memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk membentuk dan menjaga hubungan baik antar negara.

Pada intinya, diplomasi melalui budaya atau dapat disebut diplomasi kebudayaan adalah sebuah kumpulan dari kebijakan nasional yang dirancang untuk mendukung ekspor sampel representatif dari budaya bangsa itu guna memajukan tujuan politiknya di luar negeri. Definisi tersebut juga dapat diartikan sebagai kebijakan apa pun yang dirancang untuk mendorong opini publik untuk memengaruhi pemerintah asing dan sikapnya terhadap negara pengirimnya (Djelantik, 2017 : 191), di mana diplomasi kebudayaan menekankan penggunaan budaya sebagai modal utamanya dan secara natural memberikan ruang untuk partisipasi yang lebih luas. Diplomasi kebudayaan menggunakan hasil-hasil kebudayaan sebagai perwujudan utamanya, misalnya, melalui promosi kebudayaan yang dimiliki oleh suatu negara, melalui mode pertukaran edukasi, seni dan budaya

populer (literatur, musik, dan film). Banyak dari instrumen diplomasi budaya ini yang masih dipergunakan hingga saat ini.

Di dunia yang memiliki pertumbuhan populasi yang cepat, proses migrasi, dan globalisasi, ada peningkatan minat untuk mendukung pendidikan antar budaya. Sebagai hasilnya, kemajuan internet serta teknologi ini memberi manfaat dalam kegiatan diplomasi. Diplomasi menjadi dapat dilakukan secara digital, seperti melalui media sosial dan berbagai media hiburan untuk mendukung pendidikan antar budaya. Hal ini dipraktikkan oleh media-media hiburan seperti film dan *video game*. Sering kali suatu film atau *video game* memiliki unsur kebudayaan yang ada di negara asalnya. Seperti yang dilakukan oleh film animasi asal Jepang, *anime*. Melalui *anime*, Jepang memberikan pengetahuan mengenai budaya, kebiasaan dan makanan khas dari negaranya (Puji, 2019). Tidak hanya melalui *anime*, Jepang juga mempraktikkan diplomasi kebudayaan melalui game *Pokemon Go*, dimana melalui game tersebut, Jepang dapat menarik perhatian masyarakat asing akan kebudayaan yang dimiliki Jepang (Iqbal, 2016).

Hal ini juga dilakukan oleh Indonesia dan Australia melalui *video game* yang bernama *Next Door Land*. Kolaborasi antara Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia dan Kedutaan Besar Australia mengangkat kebutuhan untuk mendidik anak-anak dari kedua negara tentang budaya negara masing-masing, dengan cara yang menyenangkan dan menarik (*Next Door Land*, Melalui <https://agate.id/service/service-2/>). Game *Next Door Land* memungkinkan anak-anak Indonesia melakukan perjalanan virtual ke Australia, dan anak-anak Australia ke Indonesia. Mereka akan menghadapi berbagai misi di setiap negara untuk dapat

kembali ke negara asalnya. Anak-anak dapat merasakan kekayaan alam dan budaya masing-masing negara melalui permainan yang berbeda, menarik, dan menyenangkan.

Video game sendiri merupakan suatu media hiburan yang muncul oleh perkembangan teknologi. Saat ini, *video game* telah tersebar luas dan berkembang sehingga dianggap sebagai bagian dari media massa, metode umum untuk bercerita dan merepresentasikan sesuatu (Shapiro, 2014). *Online game* telah menjadi aktivitas *online* terpopuler kedua setelah *video streaming*. Pada 2014, dilaporkan bahwa terdapat 1,82 miliar pemain yang memainkan *video game* dalam berbagai bentuk, angka ini diperkirakan akan meningkat menjadi lebih dari 2,7 miliar pemain pada tahun 2021 (Gough, 2019). Hal ini menegaskan bahwa *video game* itu dapat dengan cepat menjadi permainan bagi semua orang. Di sisi lain, lingkup pengaruh dari *video game* telah melebihi lingkup pengaruh dari media yang lain, dan menjadi semakin sulit untuk membedakan sumber mana dari generasi muda belajar lebih banyak dari, baik buku teks atau *video game* (Greenfield, 2004).

Republik Rakyat Tiongkok merupakan negara yang memiliki banyak kebudayaan yang berpotensi untuk menjadi *soft power* negaranya. Maka dari itu, Tiongkok berupaya untuk mendapatkan perhatian masyarakat internasional, serta menciptakan kesan baik negaranya di dalam masyarakat internasional. Seperti yang dikatakan oleh Wang Huning (anggota komite Sekretariat Sentral Partai Komunis Tiongkok) di tahun 1993 bahwa “jika suatu negara memiliki budaya dan sistem ideologi yang mengagumkan, negara lain akan cenderung untuk mengikutinya, tanpa harus memakai *hard power* yang mahal dan kurang efektif” (Flew, 2016 :

283). Hal serupa mengenai diplomasi publik juga disebutkan di tahun 2007 oleh Zhao Qizheng (Direktur Jendral Dewan Informasi Dewan Negara China saat itu) didalam sebuah wawancara surat kabar, bahwa diplomasi publik adalah saluran utama untuk komunikasi budaya yang ditujukan kepada publik luar negeri, departemen luar negeri pemerintah hanya memainkan peran kecil dalam kegiatan diplomasi publik di Tiongkok, sementara NGO, universitas, media, organisasi keagamaan dan individu memainkan peran yang lebih penting dengan mendekati NGO di luar negeri, bahkan pemerintah organisasi di berbagai negara, serta mengekspresikan kondisi dan kebijakan nasional dari berbagai sudut (Jinwei, 2012.).

Soft Power juga penting di bawah kepemimpinan Xi Jinping. Dalam pidatonya pada Desember 2014 yang berjudul “*Enhance China’s Cultural Soft Power*”, Xi Jinping mengatakan bahwa untuk memperkuat *soft power* budaya Tiongkok diperlukan penyebarluasan nilai-nilai Tiongkok modern. Xi Jinping juga menekankan bahwa banyak upaya yang harus dilakukan demi memperbaiki dan menjelaskan ide-ide dari Tiongkok, dan memperluas *platform* untuk publisitas ke luar negeri, sehingga membuat budaya Tiongkok dikenal melalui komunikasi internasional dan diseminasi. Maka dari itu, dalam beberapa tahun terakhir Tiongkok telah aktif di semua aspek diplomasi publik seperti mempromosikan pengaturan produksi bersama di media hiburan seperti film, program TV, dan *game online* untuk menangkap keahlian dari bagian lain dunia dan mendapatkan akses yang lebih baik ke pasar internasional. Hal ini juga memperluas pengaruh internasional Tiongkok serta mempromosikan “*China’s peaceful rise*” atau

“*peaceful development*” agar menjadi kekuatan yang besar, dan dengan demikian menetralkan wacana "ancaman Tiongkok" yang ada di tempat lain di dunia (Flew, 2016 : 284). Pada September 2020, diadakan *Beijing International Game Conference* (BIGC) yang diawasi langsung oleh Departemen Publisitas Partai Komunis di Beijing, dimana pada acara tersebut beberapa pejabat pemerintah Tiongkok menyampaikan pesan pada para *game developers* bahwa mereka harus membuat game yang menanamkan budaya dan nilai-nilai Tiongkok. (Ye, 2020).

Industri konten media Tiongkok, termasuk yang menerbitkan berita serta yang menghasilkan produk hiburan, tunduk pada rezim sensor pemerintah yang komprehensif. Dalam industri game digital di Tiongkok, setiap *game* harus disetujui oleh NPPA (*National Press and Publication Administration*) sebelum dikomersialkan. NPPA, yang dibentuk pada 2018, memperkenalkan kebijakan baru untuk perilisan *game digital* pada 22 April 2019, termasuk formulir aplikasi baru untuk diakses penerbit *game* secara *online*. Kebijakan tersebut membatasi jumlah *game* yang dirilis setiap tahunnya. Kebijakan tersebut juga mendorong para penerbit game untuk membuat game yang diajukan untuk mempertimbangkan nilai-nilai sosial inti Tiongkok, yang mencakup *game* yang mempromosikan budaya tradisional, terutama dengan keakuratan terkait sejarah, politik, dan hukum (*Game Regulations in China, Everything You Need To Know*, Melalui <https://nikopartners.com/game-regulations-in-china-everything-you-need-to-know/>). Kebijakan tersebut memperlihatkan bahwa pemerintah Tiongkok memprioritaskan *game* yang memiliki unsur kebudayaan dan nilai-nilai dari masyarakat Tiongkok. Pemerintah Tiongkok selalu mengambil peran yang sangat

aktif dalam mengelola dan mengendalikan konten media baik itu media cetak, radio, film, televisi, maupun internet. Kampanye untuk mendorong penyertaan konten yang mempromosikan budaya Tiongkok telah menjadi fitur yang familiar dalam regulasi industri *video game* Tiongkok.

Salah satu game yang sedang populer di dunia saat ini adalah *Genshin Impact*. *Genshin Impact* merupakan *game online* bergenre *Open-world adventure RPG (Role Playing Game)* yang dikembangkan oleh perusahaan *video game* dan animasi bernama miHoYo yang berbasis di Shanghai, Tiongkok. *Genshin Impact* dirilis pada 28 September 2020 dan dapat dimainkan melalui platform *Playstation 4*, PC, iOS, dan *Android* (*About Game*, Melalui <https://genshin.mihoyo.com/en/game>). Dalam waktu seminggu setelah dirilis, *Genshin Impact* telah diunduh lebih dari 15 juta kali di ponsel, tidak termasuk melalui platform lain (*Genshin Impact: The Chinese Game Taking The World By Storm*, Melalui www.thechairmansbao.com/genshin-impact-the-chinese-game-taking-the-world-by-storm/). Dengan begitu, *Genshin Impact* menjadi salah satu *game* asal Tiongkok tersukses dalam sejarah.

Genshin Impact menawarkan pengalaman bertualang di dunia virtual yang disebut Teyvat kepada pemain-pemainnya. Dalam *game* ini, para pemain diberikan banyak *quest*/misi untuk menjelajahi dunia virtual tersebut dan melawan berbagai *monster*/musuh. Sampai saat ini, miHoYo telah merilis 2 dari 7 negara di dunia fantasi tersebut, yaitu Mondstadt dan Liyue. Negara Mondstadt merupakan destinasi pertama bagi para pemain *game* ini. Mondstadt memiliki desain yang menyerupai negara-negara Eropa pada abad pertengahan. Setelah menyelesaikan

story quest yang ada di Mondstadt, para pemain melanjutkan petualangannya ke Liyue. Liyue sendiri merepresentasikan negara asal dari perusahaan *video game* tersebut, yaitu Tiongkok (Liyue, Melalui <https://genshin-impact.fandom.com/wiki/Liyue>). Pusat dari negeri Liyue berada pada *Liyue Harbor*. Bangunan-bangunan yang terdapat di *Liyue Harbor* didesain dengan unik menyerupai bangunan-bangunan tradisional khas Negeri Tiongkok tersebut. *Liyue Harbor* juga diceritakan sebagai pusat ekonomi, mirip dengan banyak kota pelabuhan di Tiongkok. Tidak hanya bangunan, Liyue juga memiliki makanan-makanan khas yang diadaptasi dari makanan khas Tiongkok. Tidak sampai disitu, *Genshin Impact* juga memiliki banyak unsur kepercayaan dan filosofis yang berasal dari negeri Tembok Raksasa tersebut. Seperti yang terjadi pada bulan Februari 2021, dimana *Genshin Impact* merayakan tahun baru Imlek dengan mengadakan *event Xiao Lantern* sebagai bentuk Festival Lentera didalam *game* tersebut (*Xiao Lantern Rite*, Melalui <https://genshin.mihoyo.com/en/news/detail/8598>). *Event* tersebut dapat disebut sebagai puncak dari banyaknya unsur kebudayaan Tiongkok dalam *game Genshin Impact*. Di *event* tersebut juga, pemain-pemain *Genshin Impact* memainkan berbagai *Mini-games* yang merupakan representasi dari tradisi-tradisi lokal dalam perayaan festival lentera di Tiongkok.

Di Indonesia sendiri, sebagai negara keempat terbesar di dunia berdasarkan jumlah penduduk, tak heran Indonesia juga memiliki jumlah pengguna internet terbesar keempat di dunia, dengan lebih dari 171 juta warga terhubung ke internet (ASIA SPOTLIGHT REPORT, Melalui https://nikopartners.com/wp-content/uploads/2020/03/Asia-Spotlight_Indonesia-March-2020.pdf). Di Indonesia

juga memiliki 43,7 juta pemain *game* aktif di tahun 2017 (*Indonesia gaming industry has great economic potential: Industry group*, Melalui <https://www.thejakartapost.com/news/2017/12/18/indonesia-gaming-industry-has-great-economic-potential-industry-group.html>). *Game Genshin Impact* termasuk sebagai salah satu *game* yang sedang populer di Indonesia. Sejak dirilisnya dirilisnya pada bulan September 2020, *Genshin Impact* telah berhasil mengamankan dua penghargaan di Indonesia. *Genshin Impact* memenangkan penghargaan *Best Game and User's Choice Game* dari *Google Play Awards 2020* untuk wilayah Indonesia (Ahda, 2020). Dengan memperoleh penghargaan tersebut, menunjukkan bahwa tingginya ketertarikan pemain-pemain *game* di Indonesia pada *Genshin Impact*.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai diplomasi publik, bahwa diplomasi publik bertujuan untuk mendapatkan perhatian masyarakat internasional, serta menciptakan kesan baik negaranya di dalam masyarakat internasional melalui kebudayaan dan kekayaan negara tersebut. *Genshin Impact* disini dapat berperan dalam diplomasi publik dari negara Tiongkok. *Game* ini dapat menciptakan kesan baik terhadap negara Tiongkok melalui unsur kebudayaan yang terdapat didalam *game* tersebut kepada pemain-pemain dari berbagai negara termasuk Indonesia. Di dalam masyarakat Indonesia sendiri Republik Rakyat Tiongkok memiliki citra yang kurang baik sejak beberapa tahun kebelakang. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada tahun 2019, masyarakat di Indonesia beranggapan bahwa Tiongkok memiliki pengaruh yang besar terhadap negaranya, akan tetapi besarnya pengaruh tersebut tidak diikuti oleh citra positifnya

di mata masyarakat Indonesia. Sejak tahun 2011 hingga tahun 2019 persentase citra positif Tiongkok di mata publik Indonesia selalu menurun (Heri, 2020). Maka dari itu, melalui popularitas *game Genshin Impact* di Indonesia, Tiongkok dapat memunculkan citra positif dari negaranya di mata publik Indonesia khususnya di kalangan muda.

Penelitian terhadap hal terkait diplomasi publik dan diplomasi budaya melalui *video game* telah dilakukan beberapa kali sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Vianney Anette Sheila di tahun 2019 dalam skripsinya yang berjudul *Game 'Next Door Land' Sebagai Instrumen Diplomasi Budaya untuk Memperkuat Hubungan Australia-Indonesia* Universitas Katolik Parahyangan, yang menjelaskan bahwa *Game Next Door Land* sebagai inisiatif pemerintahan kedua negara. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa *Game Next Door Land* dapat dijadikan sebagai alat diplomasi budaya, karena *game* tersebut berperan dalam pemberian budaya, informasi mengenai budaya yang tidak populer bagi masyarakat asing, pembangunan kapasitas budaya, dan dialog antar budaya. Diplomasi budaya antara Australia dan Indonesia juga perlu dilakukan sebagai bentuk upaya menjaga hubungan baik antar kedua negara, dimana Australia dan Indonesia merupakan mitra kerja sama yang baik. Maka dari itu, diplomasi budaya dilakukan dengan harapan bahwa budaya dapat mempererat hubungan antar masyarakat dengan meningkatkan kesadaran atas perbedaan dan juga menimbulkan rasa toleransi antar satu sama lain.

Penelitian ke-dua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Chadijah Isfuriani Iqbal pada tahun 2016 dalam artikelnya yang berjudul *Budaya Populer Game Pokemon*

Go Sebagai Soft Diplomasi Jepang Universitas Hasanuddin, yang menjelaskan bahwa *Game Pokemon GO* merupakan budaya populer yang dikembangkan menjadi *soft power* oleh Jepang. *Game Pokemon GO* berperan dalam diplomasi budaya yang dilakukan oleh Jepang untuk memperkuat citra positifnya pada tingkat global. Citra positif diperlukan untuk membangun kerjasama yang baik dengan negara lain. Selain itu, dengan menggunakan budaya populer sebagai bentuk *soft power*, Jepang dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai masyarakat, kebudayaan dan negaranya kepada masyarakat internasional.

Penelitian ke-tiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Elena Shliakhovchuk dan Adolfo Muñoz García pada tahun 2019 dalam artikelnya yang berjudul *Intercultural Perspective on Impact of Video Games on Players: Insights from a Systematic Review of Recent Literature*. Dalam artikel ini, penulis menjelaskan bahwa *video game* memberi pemain-pemainnya tempat yang "aman" dimana mereka dapat memperoleh budaya dan bermain bersama identitas budaya dalam lingkungan virtual yang secara realistis meniru kehidupan nyata. Selain itu, *video game* memungkinkan pemain-pemainnya untuk menyerap konten budaya dengan cara yang menarik. Hasil utama dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *video game* menawarkan kebebasan dari sistem berfikir yang telah ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu, peneliti dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *video game* mampu memengaruhi pola pikir etis pemain dan mengubah sikap mereka terhadap orang dengan budaya yang berbeda.

Adapun mata kuliah yang telah dipelajari oleh peneliti di program studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia yang membantu peneliti dalam menyusun penelitian ini adalah:

1. Pengantar Hubungan Internasional

Dalam mata kuliah Pengantar Hubungan Internasional, peneliti mendapatkan pemahaman dasar mengenai Studi Ilmu Hubungan Internasional. Mata kuliah ini juga membantu peneliti untuk mengerti mengenai awal mula munculnya Studi Hubungan Internasional, macam-macam kajian dalam Hubungan Internasional, dan aktor-aktor dari Hubungan Internasional.

2. Diplomasi dan Negosiasi

Dalam mata kuliah Diplomasi dan Negosiasi, peneliti mendapatkan pandangan baru akan berbagai upaya suatu negara untuk mendapatkan kepentingannya. Mata kuliah ini juga membantu peneliti untuk mengerti mengenai diplomasi, macam-macam diplomasi, mengapa diplomasi harus dilakukan dan bagaimana diplomasi itu sendiri dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian biasanya dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang belum bisa dijawab oleh seorang peneliti. Untuk dapat melihat dengan jelas tujuan dan sasaran penelitian, maka dilakukanlah identifikasi masalah. Secara umum, identifikasi masalah merupakan bagian dari proses penelitian yang dapat dipahami

sebagai suatu upaya untuk mendefinisikan masalah yang ada dan membuat permasalahan tersebut dapat diukur dan diuji.

1.2.1 Rumusan Masalah Mayor

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

Bagaimana Tiongkok dapat memanfaatkan unsur kebudayaan dalam *game Genshin Impact* sebagai media diplomasi publik terhadap masyarakat kalangan muda di Indonesia?

1.2.2 Rumusan Masalah Minor

Maka dari itu, untuk memberi arah pada penelitian, peneliti menyusun rumusan masalah minor yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana *game Genshin Impact* menarik perhatian kalangan muda di Indonesia?
2. Bagaimana *game Genshin Impact* menerapkan unsur kebudayaan Tiongkok?
3. Sejauhmana *game Genshin Impact* mempengaruhi pandangan kalangan muda di Indonesia terhadap Tiongkok?

1.2.3 Pembatasan Masalah

Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini akan di batasi dari tahun 2020 hingga Februari 2021 agar pembahasan dan penelitian yang dilakukan lebih terfokus. Tahun 2020 dipilih sebagai awal masalah yang akan diteliti,

karena tahun merupakan tahun dimana *game Genshin Impact* dirilis oleh miHoYo. Bulan Februari 2021 dipilih karena pada bulan tersebut *Genshin Impact* mengadakan perayaan festival lentera (*Xiao Lantern Event*), dimana *event* tersebut merupakan puncak dari banyaknya unsur kebudayaan Tiongkok di dalam *Genshin Impact*.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan maksud untuk menjelaskan bagaimana Tiongkok dapat memanfaatkan unsur kebudayaan dalam *game Genshin Impact* sebagai media diplomasi publik, dimana saat ini *game* tersebut termasuk sebagai salah satu *game* yang sedang populer dikalangan muda di Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana *game Genshin Impact* dapat menarik perhatian kalangan muda di Indonesia.
2. Untuk mengetahui unsur kebudayaan Tiongkok yang ada di dalam *Game Genshin Impact*.
3. Untuk menganalisis sejauhmana *Genshin Impact* mempengaruhi pandangan kalangan muda di Indonesia terhadap Tiongkok.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dalam Ilmu Hubungan Internasional, terutama dalam bidang

Diplomasi Publik dan Diplomasi Budaya dari suatu negara melalui media hiburan seperti *video game*.

2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman ilmu serta wawasan yang berguna mengenai Diplomasi Budaya Tiongkok di Indonesia melalui *Game Genshin Impact* sehingga dapat menjadi sebuah acuan bagi program studi Ilmu Hubungan Internasional di masa yang akan datang.