

ESPORTS SEBAGAI ALAT DIPLOMASI PUBLIK OLEH TIONGKOK

Oleh : Andi Almer Farrand
Pembimbing: Indra Pahlawan, S.IP., M.Si

Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Similar to traditional sports, electronic sports (eSports) has the potential to function as a soft power asset in a country's Public Diplomacy (PD) efforts due to its widespread international broadcasts. Recent discussions on sports diplomacy have highlighted how states can enhance their global image, much like players and teams that achieve success in international competitions. However, eSports brings an added dimension to PD by potentially conveying cultural and political values through artistic video game content. Despite this, there has been a dearth of research into the utilization of eSports in Public Diplomacy, which is the focus of this thesis.

The Research employs PD theories, including the Domestic Dimension concept, which elucidates how non-state actors can serve as both recipients and independent public diplomats in the realm of Public Diplomacy. Key concepts like soft power, smart power, and strategic narrative aid in comprehending how eSports can be harnessed as a soft power asset, while the concept of fragmented authoritarianism is used as a framework to challenge the conventional monolithic perspective on China's role in PD.

The findings of this research reveal that numerous state and non-state actors in China have already integrated eSports into their PD endeavors. Nonetheless, the onset of the pandemic and the introduction of the aforementioned restrictions have impeded these efforts. State actors, such as the Ministry of Culture, have incorporated eSports into cultural diplomacy by categorizing it as a facet of China's digital culture, subsequently integrating it into existing initiatives like the Belt and Road Initiative. Non-state actors, such as Tencent and city governments, often support state actors by organizing globally broadcasted events. Furthermore, Tencent's ownership of numerous international and local game developers is directed towards creating eSports titles that depict Chinese culture and China in a favorable light.

Keywords: eSports, Public Diplomacy, China, Soft Power, Non-state actors

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk dari diplomasi publik adalah dengan menggunakan Soft Power. Soft power sendiri merupakan suatu alat yang digunakan oleh sebuah negara untuk mempengaruhi negara lain tanpa adanya paksaan, seperti yang terjadi

terdahulunya.¹ Salah satu bentuk diplomasi publik dan soft power adalah di bidang industri hiburan. Sebut saja Jepang dan

¹ Nye, Joseph S, 2008. Public Diplomacy and Soft Power. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, Vol 616, Issue 1, pp. 94 – 109, First Published March 1, 2008. Hal. 1

Korea yang berhasil memperkenalkan dan mengemas sedemikian rupa, sehingga budayanya mudah di terima oleh masyarakat dunia, salah satunya di bidang pop culture melalui industri hiburan. Jepang dikenal sebagai negara yang terkenal akan Anime (animasi Jepang) dan Manga (komik Jepang)-nya. Di lain sisi, Korea Selatan (selanjutnya disebut sebagai Korea) bangkit dengan fenomena Korean Wave (selanjutnya disebut sebagai Hallyu) yang banyak menjadi bahan pembicaraan sekarang ini.

Hubungan Internasional telah meluas ke berbagai bidang, termasuk media dan teknologi. Salah satu fenomena terkini yang menarik perhatian adalah pertumbuhan industri E-sport secara global. E-sport sendiri merupakan kompetisi video game yang melibatkan pemain profesional yang bersaing secara daring atau langsung di hadapan penonton yang besar. E-sport sendiri memiliki sejarah yang panjang. Stewart Brand, orang yang mengatur kompetisi video game pertama pada tahun 1972 di Universitas Stanford di Los Altos, California, mungkin tidak pernah membayangkan bahwa dalam 40 hingga 50 tahun mendatang, kompetisi game bisa tumbuh menjadi industri eSport yang nyata dengan investasi jutaan dolar.² Salah satu negara yang memiliki pengaruh signifikan di industri E-sport adalah- Tiongkok.

Diplomasi Publik Tiongkok, berfokus pada perbaikan citra negara di luar negeri, dapat ditandai dengan empat "sub-tujuan": untuk "mempersembahkan negara sebagai mitra ekonomi yang stabil, dapat diandalkan, dan bertanggung jawab (...) sehingga masyarakat internasional tidak perlu takut" dibandingkan dengan representasi negatif negara- negara barat tentang negara tersebut; kemudian menjadi

"anggota politik internasional yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab, mampu dan bersedia berkontribusi secara aktif untuk perdamaian dunia"; ketiga, "promosi pemahaman internasional terhadap sistem politik dan kebijakan Tiongkok"; dan yang terakhir, yang merupakan penguatan pemahaman sendiri dengan melakukan Diplomasi Publik di luar negeri.³ Konsep penting dalam Diplomasi Publik Tiongkok saat ini adalah "menceritakan cerita Tiongkok dengan baik (讲好中国故事)" yang diajukan oleh Presiden Xi Jinping pada tahun 2013, yang mengajak untuk memperkuat kemampuan berbicara Tiongkok dengan menggunakan budaya dan ekonomi Tiongkok dalam mempromosikan Tiongkok di luar negeri.⁴

Konsep ini mengajak Tiongkok untuk memperkuat kemampuan komunikasi dengan menggunakan budaya dan ekonomi Tiongkok dalam mempromosikan citra positif Tiongkok di luar negeri. Dengan demikian, Tiongkok berupaya untuk menghadirkan cerita yang lengkap dan akurat tentang sejarah, budaya, dan prestasi ekonomi mereka kepada dunia internasional. Pendekatan ini mencerminkan kesadaran Tiongkok akan pentingnya membangun citra yang positif dan memperkuat posisinya dalam komunitas internasional melalui Diplomasi Publik yang efektif.

Keaktifan Tiongkok dalam mengikuti kejuaraan E-Sport tidak hanya terbatas pada partisipasi tim, tetapi juga melibatkan investasi yang signifikan dalam infrastruktur dan pengembangan industri

² Baker, C. (2016, 25 Mei). Stewart Brand Recalls First "Spacewar" Video Game Tournament—Rolling Stone. The Rolling Stone.

³ d'Hooghe, I. (2016). China's Public Diplomacy. <https://brill.com/view/title/24897> Hal. 101

⁴ DiResta, R., Miller, C., Molter, V., Pomfret, J., & Tiffert, G. (2020). Telling China's Story: The Chinese Communist Party's Campaign to Shape Global Narratives. <https://fsi.stanford.edu/publication/telling-chinas-story>

game. Tiongkok telah menjadi tuan rumah beberapa turnamen besar, termasuk Kejuaraan Dunia League of Legends pada tahun 2021. Selain itu, Tiongkok juga telah mengadopsi model profesionalisme yang kuat dalam E-Sport. Mereka memiliki liga profesional sendiri, seperti League of Legends Pro League (LPL) dan Overwatch League China (OWL China), yang menarik para pemain berbakat dan mempertandingkan pertandingan berkualitas tinggi di hadapan jutaan penggemar.

Partisipasi aktif Tiongkok dalam kejuaraan E-Sport tidak hanya membawa kehormatan bagi negara itu sendiri, tetapi juga menjadi faktor penting dalam diplomasi publik mereka. Prestasi dan popularitas pemain E-Sport Tiongkok telah membantu memperkuat citra Tiongkok sebagai pusat teknologi dan inovasi di mata dunia. Melalui keaktifannya dalam mengikuti kejuaraan E-Sport, Tiongkok telah berhasil memperluas pengaruh budaya dan industri game mereka di tingkat global. Dengan pemain dan tim yang terus berprestasi, Tiongkok menjadi salah satu kekuatan utama yang patut diperhitungkan dalam dunia E-Sport dan terus mendorong perkembangan industri ini di negara mereka.

Demi tercapainya tujuan yang ingin dicapai, Tiongkok melibatkan beberapa stakeholder aktor non-negara agar berperan aktif dalam menggunakan E-sport sebagai kendaraan diplomasi publik oleh Tiongkok. Dalam konteks ini, stakeholder dapat diartikan sebagai seseorang yang memiliki "kepentingan terlibat atau kepentingan dalam sebuah organisasi atau program."⁵ Agar negara-negara dapat mempengaruhi audiens target, mereka juga perlu melibatkan mereka dan membiarkan mereka

berpartisipasi dalam pesan daripada hanya mengirim pesan kepada mereka. Untuk melakukannya, diplomat publik perlu mengidentifikasi stakeholders atau para pemangku kepentingan dalam topik yang sedang dibahas dan membedakan organisasi, perusahaan, dan publik mana yang dapat paling efektif dalam menyebarkan pesan dan melibatkan publik.

Scholz menjelaskan bahwa industri eSports sangat saling tergantung: "tanpa adanya judul eSports, tidak ada turnamen; tanpa turnamen, tidak ada tim; tanpa tim, tidak ada audiens (...) [yang dapat] dimonetisasi."⁶ Scholz menjelaskan adapun stakeholders yang terlibat diantaranya adalah Perusahaan Pengembang game, Tournament organizers, Professional Teams and Pro-Players. Seperti yang telah ditunjukkan, industri esport melibatkan berbagai pemangku kepentingan, dan berkat model Scholz, mengidentifikasi ketergantungan antara berbagai elemen dalam esport Tiongkok akan menjadi lebih dapat dipahami.

Dengan konsep keterlibatan strategis, ini akan menunjukkan bagaimana aktor-aktor Tiongkok menggunakan Stakeholders asing maupun domestik untuk berinteraksi dengan audiens internasional, serta dapat memperluas pengaruh mereka dalam industri E-Sport. Dalam konteks diplomasi publik, pemahaman yang lebih dalam tentang cara Tiongkok menggunakan pemangku kepentingan/ stakeholders dalam industri E-Sport, akan membantu Tiongkok yang pada gilirannya akan memperkuat citra dan pengaruh mereka pada masyarakat global. Yang dimaksud masyarakat global

⁵ Zaharna, R. S. (2011). Strategic stakeholder engagement in public diplomacy. In *International Studies Association Conference, Montreal, March* (Hal. 15-19).

⁶ Scholz, T. M. (2019). *eSports is Business: Management in the World of Competitive Gaming*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-11199-1> (Hal. 44)

sendiri adalah para gamers yang aktif menjadi *audience* berpotensi yang menikmati *game* atau permainan buatan pengembang permainan Tiongkok.

KERANGKA TEORI

Perspektif: Pluralisme

Pluralisme merupakan salah satu perspektif yang berkembang pesat. Kaum pluralis memandang Hubungan Internasional tidak hanya terbatas pada hubungan antar negara saja tapi juga merupakan hubungan antara individu dan kelompok kepentingan dimana negara tidak selalu sebagai aktor utama dan aktor tunggal.⁷

Tingkat Analisa: Kelompok

Level analisis dapat dijelaskan sebagai faktor-faktor penjelas. Level analisis ini berguna bagi peneliti dalam membantu menemukan variabel utama yang sangat menentukan tindakan aktor. Pada studi hubungan internasional terdapat tiga jenis level analisis, yakni level analisis sistem (*system-level analysis*), *level analisis negara (state-level analysis)* dan *level analisis individu (individual-level analysis)*⁸.

Teori Diplomasi Publik

Diplomasi Publik atau diplomasi rakyat secara garis besar adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah maupun bukan yang bertujuan untuk berkomunikasi langsung dengan publik asing untuk menginformasikan dan mempengaruhi dengan tujuan agar publik asing mau mendukung kebijakan pemerintah

Perbedaan antara Diplomasi Publik (PD) tradisional dan 'baru' juga dapat dijelaskan dengan menggunakan komunikasi sebagai dasarnya. Pendekatan Informasional (tradisional) terhadap PD umumnya ditandai oleh satu pengirim pesan (misalnya pemerintah) yang mengendalikan cara pesan tersebut dibentuk melalui komunikasi massa, tetapi tidak dapat mengontrol bagaimana pesan tersebut diterima oleh khalayak sasaran. Pada sisi lain, pendekatan relasional atau berbasis jaringan, berfokus pada jaringan dan penciptaan hubungan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang langgeng daripada hanya mengirim pesan langsung kepada audiens penerima. Proses ini "berakhir dengan pesan atau cerita", sedangkan paradigma informasional dimulai dengan satu pesan.

Ini mencakup peran pemerintah dan aktor non-negara dalam penciptaan strategi PD yang relevan. Namun, ini bukan berarti bahwa konsep yang lebih 'tradisional' tidak akan berlaku, terutama dalam sistem yang berpusat pada negara seperti Tiongkok. Oleh karena itu, kombinasi paradigma teoritis PD yang berpusat pada negara dan berbasis jaringan akan digunakan, seperti yang diusulkan oleh d'Hooghe: "aktor negara biasanya menjadi inisiator dan/atau pendukung dan/atau koordinator dari tindakan PD, tetapi mereka semakin mengembangkan dan melaksanakan PD dalam kerjasama erat dengan anggota jaringan yang melibatkan aktor negara dan non-negara"

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode kualitatif dalam proses pengumpulan data untuk menyelidiki dan memahami masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data deskriptif tertulis dan

⁷ R. Viotti, Paul and Mark V. Kauppi. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism, and Beyond*, Allyn and Bacon: London, 1999 Hal 215

⁸ Yessi Olivia. (2013). "Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional". *Jurnal Transnasional*, Vol. 5, No. 1. Halaman 898-899

lisan dari apa yang diamati.⁹ Penelitian kualitatif ini akan dilakukan dengan pengumpulan variasi berbagai data yang sifatnya relevan terhadap permasalahan. Maka dari itu, data-data dan fakta yang membantu menjelaskan fenomena Implementasi Esport sebagai alat Diplomasi Publik oleh Tiongkok menjadi alur utama dalam upaya penulis untuk menjawab pertanyaan dari penelitian ini. Hal ini dilakukan sesuai standar akademisi yang telah ditetapkan terkait perihal metode penelitian kualitatif pada umumnya.

Dari metodologi dalam mengumpulkan data, penelitian ini didasarkan atas metode studi pustaka yaitu metode mengumpulkan data-data penelitian yang berasal dari berbagai literatur, dokumen, jurnal dan artikel, dan lain sebagainya sebagai sumber rujukan data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap kompleksitas di balik penggunaan *esports* dalam Diplomasi Publik oleh aktor negara dan non-negara dengan menjawab pertanyaan penelitian "bagaimana aktor negara dan non-negara Tiongkok dapat menggunakan *esports* dalam Diplomasi Publik (PD)?" Ini dilakukan dengan mengidentifikasi pemangku kepentingan utama dan aktor yang terlibat dalam menciptakan ekosistem *esports* yang kompleks ini dan bagaimana mereka menerapkan *esports* dalam diplomasi publik. Pertama, aktor negara seperti Kementerian Kebudayaan, Administrasi Umum Olahraga Tiongkok, dan Kementerian Luar Negeri dipertimbangkan. Telah terbukti bahwa negara sebagian besar berperan sebagai regulator, dengan pengecualian Kementerian

Kebudayaan yang juga menggunakan *esports* dalam berbagai acara di luar negeri, membangun strategi Diplomasi Publik yang ada seperti peristiwa terkait BRI di Malaysia atau UAE antara 2018 dan 2021.

Narasi tentang peristiwa-peristiwa tersebut menunjukkan bahwa Kementerian Kebudayaan telah mengidentifikasi *esports* sebagai cara yang dapat digunakan untuk melakukan "pertukaran pemuda" dan sebagai bagian dari "budaya digital China", yang pada gilirannya berarti bahwa *esports*, karena unsur budayanya dan nilai-nilai artistiknya, dapat digunakan sebagai aset dalam diplomasi budaya China. Aktor negara cenderung menggunakan Narasi Kebijakan seperti yang dimengerti melalui narasi strategis untuk menciptakan kebutuhan akan regulasi di industri, tetapi juga narasi yang sama membentuk bagaimana *esports* dapat dipahami dalam diplomasi publik, yaitu sebagai "wadah bagi budaya Tiongkok" yang harus "menceritakan kisah Tiongkok dengan baik", seperti yang dikemukakan oleh Duta Besar Tiongkok untuk UAE, Ni Jian, dan direktur deputy Akademi Seni Nasional Tiongkok, Yu Jiannan, masing-masing.¹⁰

Diplomasi Publik aktor negara Tiongkok menggunakan *esports* di masa depan dapat diciptakan dengan mempertimbangkan permainan buatan Tiongkok dengan audiens asing yang dapat membantu mempromosikan budaya Tiongkok di luar negeri. Regulasi saat ini kemungkinan akan membuat pasar permainan video Tiongkok kurang kompetitif bagi pengembang permainan

⁹ Bogdan, Robert dan Taylor, Steven J. (1975). Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences, New York: Wiley

¹⁰ Ye, J. (2020c, September 28). Games should impart Chinese values, Beijing officials say at conference. South China Morning Post. <https://www.scmp.com/tech/policy/article/3103342/beijing-stresses-importance-games-imparting-chinese-valuesinaugural> diakses pada 24 September 2023

video asing dan melibatkan pemangku kepentingan lokal dalam menciptakan platform yang akan membuat ini tersedia. Namun, ini menciptakan kebutuhan untuk melibatkan aktor non-negara dalam proses ini, menantang pendekatan tradisional dalam PD dengan proses dari atas ke bawah yang ketat seperti dalam kasus Institut Konfusius atau upaya terkait BRI.

Sebagai industri yang sebagian besar diciptakan dari bawah ke atas melalui minat murni pemain awal dan pemilik internet bar, *esports* menantang cara tradisional PD dilakukan di Tiongkok, karena memerlukan negara untuk mencari aktor yang memiliki keahlian lebih rinci di bidang tersebut di luar pemerintah. Ini pada gilirannya dapat menciptakan hubungan yang lebih langgeng dengan audiens asing, karena lebih dari satu sumber informasi menyebarkan narasi yang serupa tentang *esports*. Artinya, negara harus melibatkan aktor non-negara seperti Tencent untuk menciptakan interaksi yang lebih langgeng dengan audiens lokal dan luar negeri. Tencent adalah salah satu elemen pusat yang diperlukan untuk pengembangan dan publikasi media *esports* yang luas dan potensial konten permainan *esports*, mempromosikan Tiongkok melalui aset diplomasi budaya "budaya digital" *esports*. Meskipun pemerintah pusat yang menjalankan kendali paling langsung atas industri ini dengan regulasi waktu bermain dan judul yang mencapai pasar Tiongkok.

Ini berarti bahwa aktor non-negara juga merupakan bagian yang sangat penting dalam teka-teki ini karena mereka adalah yang menciptakan tekanan dari bawah ke atas untuk menginstitutionalisasi industri ini, memberikannya bentuk mirip olahraga, dan mengubahnya menjadi aset diplomasi budaya yang Kementerian Kebudayaan Tiongkok kini mulai gunakan dalam beberapa proyek diplomasi publik. Kota-kota Tiongkok adalah salah satu contoh

utama, seperti Chengdu, Shanghai, Beijing, atau banyak lainnya yang telah mengimplementasikan diplomasi publik dalam strateginya selama lebih dari satu dekade sekarang, tidak hanya bertindak sebagai diplomat publik untuk kota atau Tiongkok, tetapi juga untuk industri ini — acara-acara seperti WCG Chengdu pada tahun 2009 sangat mendukung industri *esports* awal Tiongkok dan bertindak sebagai katalisator minat domestik dalam olimpiade elektronik, yang sering dimenangkan oleh warga negara Tiongkok. Persaingan untuk menjadi "ibu kota *esports*" menarik perhatian lokal dan internasional tetapi juga dukungan lokal untuk kebijakan dan investasi terkait *esports*. Investor individu seperti Wang Sicong atau Zhu Yihang, meskipun menggunakan *esports* untuk mencapai tujuan pribadi atau mengembangkan hobi, juga dapat dipahami sebagai pengusaha kebijakan yang dengan berinvestasi dalam *esports* dan memenangkan turnamen kelas atas menciptakan perhatian dan kebutuhan untuk secara resmi mempopulerkan *esports* Tiongkok secara internasional.

Simpulan

Untuk merangkum, temuan berdasarkan pembahasan bab-bab sebelumnya, pendekatan terhadap penelitian ini memerlukan identifikasi aktor negara dan non-negara di industri *esports* di Tiongkok. Aktor negara yang paling berpengaruh yang menerapkan *esports* dalam diplomasi publik terdiri dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Tiongkok serta dua entitas terkaitnya: Asosiasi Industri Budaya dan Hiburan Tiongkok serta Komite Teknis Nasional untuk Standarisasi Budaya Internet, yang mengidentifikasi *esports* sebagai aset budaya Tiongkok, secara efektif menerapkannya pada strategi diplomasi

budaya yang ada bersama dengan Inisiatif Jalur dan Jalan (BRI).

Namun, juga telah terbukti bahwa karena industri ini melibatkan sejumlah besar pemangku kepentingan non-negara, untuk secara efektif menggunakan *esports* dalam diplomasi publik, aktor negara Tiongkok perlu bekerja sama dengan dan melibatkan pemangku kepentingan atau *stakeholder* penting seperti Tencent. Tencent telah mendirikan platform permainan video dan *esports* terbesar di dunia dengan menciptakan judul *esports* mereka sendiri dengan konten yang mempromosikan budaya Tiongkok.

Selain itu, kota-kota Tiongkok dan pemerintah setempat secara independen menciptakan strategi *esports* yang bertujuan untuk menjadikan kota-kota tersebut sebagai "ibu kota *esports*", mengundang investor dan turis internasional, tetapi juga bertindak sebagai diplomat untuk mendapatkan dukungan untuk industri itu sendiri secara lokal. Gerakan diplomasi itu juga bisa melalui pemain dan organisasi *esports* yang meraih kesuksesan internasional dengan membawa bendera Tiongkok, dapat mengubah pendapat audiens asing tentang Tiongkok sambil memberikan gambaran yang lebih positif tentang industri tersebut di dalam negeri.

Dalam konteks penindakan pemerintah Tiongkok terhadap permainan pada bulan Agustus 2021, di mana anak di bawah umur dilarang bermain selama lebih dari 3 jam pada akhir pekan, mungkin tampak sulit bagi pemangku kepentingan Tiongkok untuk terus menggunakan *esports* dalam diplomasi publik. Namun, mengingat bahwa pemerintah Tiongkok juga telah berhenti memberikan lisensi permainan video hingga April 2022 dan sejak itu tidak memberikan lisensi kepada perusahaan permainan video asing, menjawab

pertanyaan penelitian menjadi lebih mudah. Aktor negara dan non-negara Tiongkok dapat terus menggunakan *esports* dalam Diplomasi Publik setelah menerapkan pembatasan pada konten permainan video asing dan meningkatkan pengembangan judul *esports* Tiongkok lokal yang patut untuk menceritakan kisah Tiongkok, yang dipahami sebagai konten permainan video *esports* yang sesuai dengan persyaratan resmi yang ditetapkan oleh pemerintah dan berfungsi sebagai bentuk hiburan yang mempromosikan Tiongkok dan budaya Tiongkok di luar negeri.

Ini memungkinkan konten diplomasi publik interaktif yang memungkinkan komunikasi langsung dengan audiens di luar negeri dengan menggunakan cara-cara implisit (misalnya, estetika) dan eksplisit (misalnya, konten *esports* yang berhubungan dengan sejarah Tiongkok) untuk meningkatkan pandangan tentang Tiongkok secara internasional.

Karakteristik industri *esports* mengharuskan aktor negara untuk melibatkan pemangku kepentingan seperti Tencent untuk bersama-sama menciptakan konten permainan video yang sesuai dengan gagasan ini. Tencent berperan sebagai aktor *intermestic* yang mempromosikan judul-judul ini di luar negeri dan di dalam negeri, sedangkan organisasi dan pemain *esports* bertindak sebagai diplomat publik yang mempromosikan judul-judul baru dan mempromosikan Tiongkok dengan memenangkan turnamen internasional. Penggunaan *esports* dengan demikian memerlukan pendekatan multi-aktor yang dirancang khusus, yang menantang gagasan bahwa Diplomasi Publik Tiongkok harus dilakukan secara top-down, sesuai dengan pertukaran siswa atau Institut Konfusius dan jenis proyek pertukaran antar masyarakat yang diselenggarakan oleh negara lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, C. (2016, 25 Mei). Stewart Brand Recalls First “Spacewar” Video Game Tournament—Rolling Stone. The Rolling Stone.
- Bogdan, Robert dan Taylor, Steven J. (1975). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences*, New York: Wiley
- d’Hooghe, I. (2016). China’s Public Diplomacy. <https://brill.com/view/title/24897> Hal. 101
- DiResta, R., Miller, C., Molter, V., Pomfret, J., & Tiffert, G. (2020). Telling China’s Story: The Chinese Communist Party’s Campaign to Shape Global Narratives. <https://fsi.stanford.edu/publication/telling-chinas-story>
- Nye, Joseph S, 2008. Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, Vol 616, Issue 1, pp. 94 – 109, First Published March 1, 2008. Hal. 1
- R. Viotti, Paul and Mark V. Kauppi. *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism, and Beyond*, Allyn and Bacon: London, 1999 Hal 215
- Scholz, T. M. (2019). *eSports is Business: Management in the World of Competitive Gaming*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-11199-1> (Hal. 44)
- Yessi Olivia. (2013). “*Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional*”. Jurnal Transnasional, Vol. 5, No. 1. Halaman 898-899
- Ye, J. (2020c, September 28). Games should impart Chinese values, Beijing officials say at conference. South China Morning Post. <https://www.scmp.com/tech/policy/article/3103342/beijing-stresses-importance-games-imparting-chinese-valuesinaugural> diakses pada 24 September 2023
- Zaharna, R. S. (2011). Strategic stakeholder engagement in public diplomacy. In *International Studies Association Conference, Montreal, March* (Hal. 15-19).