

ABSTRAK

GENSHIN IMPACT SEBAGAI SARANA DIPLOMASI BUDAYA TIONGKOK

Oleh

Muhammad Daffa Ismail

Genshin Impact sebagai game online buatan Tiongkok telah menjadi fenomena global yang menarik perhatian dalam studi diplomasi budaya, terutama karena keterlibatan aktor non-negara seperti perusahaan miHoYo dalam penyebarluasan budaya Tiongkok ke ranah internasional melalui media digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan sejarah, perkembangan dan dinamika Genshin Impact sebagai game online serta mendeskripsikan Genshin Impact sebagai sarana diplomasi budaya Tiongkok.

Penelitian ini menggunakan Teori Diplomasi Budaya Gienow-Hecht dan MC Donfried. Teori diplomasi budaya memiliki 4 elemen penyusun, yaitu *Agent, Vehicle, Agenda dan Target Audience*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deksriptif yang menggunakan sumber data sekunder sebagai Teknik pengumpulan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa miHoYo sebagai aktor non-negara memiliki keterlibatan langsung dan tidak langsung dengan pemerintah Tiongkok dalam mengembangkan Genshin Impact sebagai alat diplomasi budaya. Genshin Impact mengintegrasikan elemen-elemen budaya Tiongkok dan merepresentasikan negara Tiongkok melalui wilayah Liyue sebagai bentuk penyebaran budaya. Penyebaran Genshin Impact dibantu oleh para pemain yang membuat banyak karya turunan seperti *fanart, fanfiction, fan-made merchandise, cosplay, unofficial event*, dsb.

Kata Kunci: Genshin Impact, Diplomasi Budaya, Tiongkok, miHoYo, Video Game

ABSTRACT**GENSHIN IMPACT AS A MEANS OF CHINESE CULTURAL DIPLOMACY****BY****MUHAMMAD DAFFA ISMAIL**

Genshin Impact as an online game made in China has become a global phenomenon that attracts attention in the study of cultural diplomacy, especially because of the involvement of non-state actors such as the miHoYo company in disseminating Chinese culture to the international sphere through digital media. The purpose of this study is to describe the history, development and dynamics of Genshin Impact as an online game and describe Genshin Impact as a means of Chinese cultural diplomacy. This research uses the Gienow-Hecht and MC Donfried Cultural Diplomacy Theory. Cultural diplomacy theory by Gienow-Hecht and MC Donfried has 4 constituent elements, namely Agent, Vehicle, Agenda and Target Audience. The research method used was a qualitative approach with descriptive analysis that uses secondary data sources as data collection techniques. The results showed that miHoYo as a non-state actor has direct and indirect involvement with the Chinese government in developing Genshin Impact as a cultural diplomacy tool. Genshin Impact integrates elements of Chinese culture and represents the Chinese state through the Liyue region as a form of cultural dissemination. The spread of Genshin Impact was assisted by players who create many derivative works such as fanart, fanfiction, fan-made merchandise, cosplay, unofficial events, etc.

Keywords: Genshin Impact, Cultural Diplomacy, China, miHoYo, Video Game