

Kebijakan Luar Negeri Tiongkok terhadap Pengembangan Industri *Game Online* di Kawasan Asia Tenggara 2014 – 2018

Soft Power* Tiongkok dalam Industri *Game Online

Muhammad Rheza Arfianda¹
Denada Faraswacyen L. Gaol²

Abstract

This article examine how the online game industry becoming one of China instrument on delegating their soft power. Soft power concept are being use to analyze how and to what extend China influence on using online game industry through their foreign policy. The result of this research are showing China dominating the online game industry and manage to create a new perspective that their country are the center of the online game industry.

Keywords: *online game, soft power, China*

Pendahuluan

Industri *game online* Tiongkok mulai ada pada tahun 1996 dan terus mengalami perkembangan hingga saat ini. Pertumbuhan industri ini bisa begitu pesat didukung dengan jumlah pengguna internet di Tiongkok. Menurut China Internet Network Information Center (CNNIC, 2018), jumlah pengguna internet Tiongkok mencapai 802 juta jiwa dan 619,5 juta merupakan pemain *online game*. Dengan jumlah pengguna yang cukup masif Tiongkok sendiri menjadi salah satu negara pengembang sekaligus pasar industri *game online* terbesar. Sebagai aktor yang cukup signifikan dalam industri *game online* Tiongkok berada dalam posisi riskan, bahwa Tiongkok selalu akan menjadi target pasar bagi mayoritas *developer game* dari berbagai negara. Karakteristik *game online* yang mengedepankan penjualan konten serta konsep interaksi secara *real time* dengan sesama pemain, membuat setiap *game online* memiliki potensi untuk menyebarkan nilai nilai baru terhadap masyarakat Tiongkok. Kemungkinan ini membuat pemerintah Tiongkok membuat kebijakan yang meregulasi *game online*.

¹ Mahasiswa Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Budi Luhur, E-mail: rhezaarbritania@gmail.com

² Dosen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Budi Luhur.

Kebijakan pemerintah Tiongkok ini diterbitkan pada tahun 2010 dengan nama *Interim Measures for Administration of Online games*. Kebijakan ini meregulasi segala aspek dalam industri *game online* dari pengembangan, pemasaran hingga bagaimana posisi Tiongkok menghadapi fenomena ini (China Ministry of Culture, 2010). Dengan adanya kebijakan ini pemerintah Tiongkok sangat membatasi *game* seperti apa yang bisa dikembangkan oleh *developer* Tiongkok, serta *game* apa saja yang boleh dipasarkan di dalam Tiongkok. Kebijakan ini kemudian mengalami revisi mulai tahun 2014 dan terfinalisasi pada 2017. Tujuan dari revisi ini adalah untuk meringankan restriksi yang diberikan oleh pemerintah Tiongkok pada industri *game online*. Pengurangan restriksi ini ditujukan untuk memperluas pasar *game online* Tiongkok yang pada saat tahun 2010 hingga 2014 mengalami stagnasi pada pengembangannya. Stagnasi ini tentunya membuat *game* Tiongkok tidak begitu populer pada pasar internasional (Dai Yong Jin, 2016). Meskipun tidak populer dalam pasar internasional pada tahun 2010 hingga 2014 *game* Tiongkok cukup populer pada pasar domestik, dan industri *game online* Tiongkok masih bisa hidup meskipun kalah dalam pasar internasional.

Perubahan terhadap *Interim Measures for Administration of Online game s* membuat Tiongkok kembali rentan atas pengaruh *game online* dari negara lain. Namun Tiongkok memiliki strategi tersendiri untuk tetap membuka pasar mereka, dan menjaga agar nilai nilai dari *game online* negara lain tidak masuk. Strategi ini adalah dengan menggunakan *soft power* mereka dengan memanfaatkan posisi Tiongkok sebagai aktor yang signifikan dalam industri *game online*. Dengan latar belakang diatas peneliti akan menjabarkan bagaimana Tiongkok menggunakan *game online* sebagai media *soft power* mereka. Kemudian dilanjutkan dengan menganalisis sejauh mana implikasi dari *soft power* yang dilakukan oleh Tiongkok. Metode penelitian yang peneliti gunakan bersifat deskriptif, dengan menggunakan jenis data sekunder. Penggunaan metode penelitian deskriptif digunakan peneliti, dikarenakan dalam penelitian ini peneliti menjabarkan bagaimana Tiongkok menggunakan *game online* sebagai salah satu media yang digunakan dalam memperluas pengaruh mereka.

Pembahasan

Kebijakan Luar Negeri Tiongkok Mengenai Game Online

Kebijakan pemerintah Tiongkok dimulai dengan mengeluarkan aturan berupa seleksi atas setiap *game* MMOs yang akan masuk ke negaranya. Kebijakan pertama ini dilakukan untuk memblokir *game* MMOs yang memiliki unsur perjudian (Chinnovation Ltd, 2015). Pemblokiran dilakukan karena kegiatan judi tidak sesuai dengan nilai konfusius yang ada di Tiongkok. Kebijakan berikutnya adalah regulasi mengenai RMT yang terjadi di beberapa MMOs. Kegiatan RMT sendiri tidak dilarang oleh *developer game* Tiongkok, namun akibat efeknya yang terkadang menjadi terlalu adiktif bagi konsumen membuat pemerintah harus meregulasi kegiatan ini. Regulasi yang dilakukan tidak melarang kegiatan ini berlangsung, namun bersifat membatasi barang virtual yang diperjual belikan di beberapa MMOs.

Regulasi terakhir yang dikeluarkan oleh pemerintah Tiongkok adalah *Interim Measures for Administration of Online game s* pada tahun 2010. Kebijakan ini meregulasi atas pengembangan *game*, produksi *game*, pembelian lisensi *game* luar, pengelolaan mata uang virtual dan pemberian sertifikat legal terhadap setiap entitas bisnis yang terlibat dalam industri ini. Regulasi ini membuat seluruh aktivitas pengembangan, produksi dan publikasi *game* MMOs hanya bisa dilakukan oleh entitas bisnis yang pemerintah telah berikan legalitas hukum (China Ministry of Culture, 2010). Sedangkan *developer game* yang tidak memiliki legalitas hukum tidak diperbolehkan memproduksi ataupun

mempublikasikan *game* MMOs. Perusahaan yang sudah memiliki legalitas hukum ini harus memasukan data mereka dan daftar *game* MMOs, hasil produksi atau publikasi kepada kementerian kebudayaan.

Kebijakan *Interim Measures for Administration of Online games* mengalami revisi pertama pada tahun 2014 dan kemudian di finalisasi pada tahun 2017. Dalam revisi yang dilakukan menyatakan bahwa pemerintah Tiongkok tidak akan terlibat secara langsung dalam pengembangan industri MMOs. Ditambah lagi mereka meringankan penyaringan atas MMOs yang masuk tidak harus melalui seleksi dari kementerian budaya Tiongkok. Dengan begitu maka setiap perusahaan MMOs yang ingin membeli lisensi *game* luar dan mempublikasikannya tidak harus melapor terlebih dahulu kepada kementerian budaya Tiongkok. Namun *game* yang mereka beli lisensinya dan publikasikan harus tetap didaftarkan kepada kementerian budaya Tiongkok. Hal ini juga berlaku untuk *game* yang diproduksi oleh developer Tiongkok.

Setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah Tiongkok tentunya didasari faktor faktor tertentu. Faktor ini diantaranya berupa faktor internal dan eksternal. Dari sisi internal budaya lokal dan rezim politik merupakan faktor utama yang mempengaruhi setiap kebijakan yang diambil oleh Tiongkok. Dari segi budaya lokal setiap kebijakan yang diambil oleh pemerintah Tiongkok dalam mengatasi fenomena ini selalu memperhitungkan nilai nilai konfusius. Pemerintah Tiongkok tidak mau nilai nilai konfusius yang menjadi salah satu identitas nasional Tiongkok ternodai oleh nilai nilai dari luar. Nilai nilai yang dimaksud adalah yang mempromosikan adanya perjudian, kekerasan, rasa hormat terhadap pemerintah dan nilai nilai lainnya yang tidak sejalan dengan konfusianisme.

Rezim politik juga sangat berpengaruh dalam pembuatan kebijakan kebijakan mengenai industri MMOs. Tiongkok memiliki rezim politik yang didominasi oleh kekuasaan Partai Komunis Tiongkok, dimana setiap kebijakan dilaksanakan untuk menjamin keberlangsungan rezim tersebut. Industri MMOs merupakan industri yang memiliki prospek besar dalam era revolusi industri 4.0, ditambah lagi Tiongkok memiliki potensi besar untuk unggul dalam industri MMOs ini. Disaat yang sama jika industri ini tidak di regulasi secara tepat, maka nilai nilai yang berusaha pemerintah Tiongkok blok dari industri kreatif lain akan perlahan masuk lewat industri ini. Hal ini dikarenakan industri MMOs sama seperti industri kreatif lainnya memiliki sifat progresif, dan akan terus membutuhkan inovasi baru untuk membuatnya tetap relevan di dalam pasar.

Inovasi inilah yang sangat dikhawatirkan oleh rezim politik di Tiongkok, karena berkembang industri MMOs di Tiongkok sendiri pada awalnya dipengaruhi oleh *game* Amerika Serikat, Korea Selatan dan Jepang (Jin, 2016). Maka dari itu kebijakan "Interim Measures for Administration of *Online game s*" dikeluarkan untuk meminimalisir pengaruh tersebut. Namun dengan dikeluarkannya kebijakan tersebut dan terlibatnya pemerintah Tiongkok dalam pengembangan industri MMOs, membuat adanya stagnasi pada konten *game* MMOs Tiongkok. Stagnasi terhadap konten MMOs ini sebenarnya tidak begitu berpengaruh pada keberlangsungan industri MMOs Tiongkok sendiri. Stagnasi terhadap konten ini hanya membuat Tiongkok kehilangan pemain dari negara lain, *gamer* dari Tiongkok sendiri masih banyak yang memainkan *game* buatan negara mereka.

Namun seperti yang dinyatakan oleh Chris Alden dan Amnon Aran, bahwa pengambilan sebuah kebijakan luar negeri tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja (Alden & Aran, 2016). Keputusan Tiongkok untuk merevisi *Interim Measures for Administration of Online games* lebih didasari oleh faktor eksternal. Salah satu faktor eksternal yang diperhitungkan oleh pemerintah Tiongkok adalah pasar Asia Tenggara. Perebutan pasar dan pengaruh di Asia Tenggara yang dilakukan oleh Jepang, Korea Selatan dan Tiongkok di tahun 2010 hingga 2014 diungguli oleh Jepang dan Korea Selatan. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut kebijakan luar negeri Tiongkok sangat membatasi

inovasi industri mereka. Pemerintah Tiongkok tentunya tidak mau posisi mereka di Asia Tenggara sebagai salah satu developer MMOs diungguli oleh kedua negara pesaing mereka.

Keinginan Tiongkok untuk menjadi pemain utama di kawasan Asia Tenggara dalam industri MMOs merupakan motivasi mereka untuk merevisi kebijakan *Interim Measures for Administration of Online games*. Keuntungan Tiongkok ketika mereka menjadi pemain utama pada pasar Asia Tenggara sangatlah besar. Disaat kebijakan *Interim Measures for Administration of Online games* mulai direvisi beberapa developer *game* Tiongkok dapat dengan mudah menyelenggarakan kompetisi internasional untuk beberapa MMOs. Kompetisi ini termasuk bagian dari *E-Sport* dan Beijing serta Shanghai merupakan tempat final dari kompetisi ini dilaksanakan. Eksistensi kompetisi internasional *E-Sport* ini sangat esensial bagi perkembangan suatu negara ke depannya. Hal ini dikarenakan kemajuan teknologi dan semakin terintergasinya masyarakat membuat sebuah negara harus dengan sigap beradaptasi dengan keadaan.

Adaptasi yang dilakukan oleh Tiongkok dengan merevisi kebijakan mereka ditujukan untuk membuat negara mereka masih relevan dalam mengikuti perkembangan teknologi. Relevansi negara dalam mengikuti perkembangan teknologi merupakan kunci untuk menghadapi revolusi industri 4.0. Tiongkok melihat bahwa dengan beradaptasi dan unggul dalam pengembangan industri MMOs masih akan membuat nilai nilai mereka tetap terjaga. Sedangkan jika Tiongkok mengambil langkah menutup dan terus menggunakan *Interim Measures for Administration of Online games* tanpa merevisi lebih lanjut, maka nilai nilai tersebut akan hilang diakibatkan oleh adanya tekanan dari pemerintah.

Soft Power Tiongkok Melalui Industri Game Online

Semenjak revisi yang dilakukan oleh pemerintah Tiongkok terhadap kebijakan *Interim Measures for Administration of Online games*. Tiongkok mengalami perkembangan cukup signifikan di dalam pasar Asia Tenggara. Beberapa *game* produk Tiongkok seperti PUBG, League of Legend dan Honkai Impact 3rd menjadi salah satu contoh *game* yang sangat populer di kawasan Asia Tenggara. Perubahan kebijakan ini juga lebih memudahkan *developer* Asia Tenggara untuk membeli lisensi beberapa *game* yang dikembangkan oleh Tiongkok. Hal ini tentunya membuat developer Tiongkok kembali bersaing dengan developer Jepang serta Korea Selatan dalam perebutan pasar Asia Tenggara.

Dalam perebutan pasar Asia Tenggara karakteristik setiap industri MMOs antara Jepang, Korea Selatan dan Tiongkok memiliki perbedaan. MMOs milik Jepang lebih berfokus terhadap inovasi atas karakter di dalam setiap MMOs milik mereka. Hampir semua MMOs buatan Jepang memiliki karakter yang unik, dan cenderung selalu menampilkan gaya karakter baru di setiap seri MMOs yang mereka keluarkan. Sedangkan Korea Selatan berfokus terhadap pembentukan komunitas yang nyaman untuk setiap MMOs mereka. Hal tersebutlah yang membuat MMOs selalu memproduksi banyak *game* MMOs tiap tahunnya dengan model interaksi berbeda di setiap *game* mereka.

Industri MMOs milik Tiongkok seperti yang dipaparkan pada analisis aspek globalisasi keempat memiliki sifat dinamis. Mereka selalu berusaha membuat gaya baru dalam setiap *game* yang mereka produksi. Hal ini membuat industri Tiongkok selalu mendapatkan pasar lebih banyak dibanding Jepang dan Korea Selatan, akibat inovasi yang Tiongkok lakukan adalah pada konten. Masyarakat Asia Tenggara memiliki tingkat impulsif tinggi mengimplikasikan bahwa mereka akan sangat antusias untuk mencoba sesuatu yang baru. Contoh *game* seperti PUBG merupakan *game battle royale* pertama dan merupakan buatan Tencent salah satu developer Tiongkok. Disaat PUBG dirilis pertama kali trend sebelumnya merupakan *game* MMOs berbasis MOBA seperti Mobile Legends, AOV dan

sebagainya. Namun saat PUBG dirilis dan dipasarkan di kawasan Asia Tenggara mereka bisa mendapatkan *playerbase* yang cukup masif.

Dengan menjadi *trend setter* Tiongkok dapat mengontrol *game* dengan konten dan model seperti apa yang dipasarkan. Hal ini dikarenakan para developer *game* lain dengan konsep *game* buatan Tiongkok. Sehingga mayoritas *game* MMOs yang akan ada dipasar merupakan *game* dengan konsep serupa dengan *game* Tiongkok. Salah satu *game* seperti AOV misalnya sebagai *game* MOBA *mobile* pertama produksi Tiongkok sangat populer dan mendapatkan *playerbase* yang masif di kawasan Asia Tenggara. Hal ini tentunya membuat developer *game* Jepang dan Korea Selatan mulai mengembangkan *game* MOBA tandingan. Selain Jepang dan Korea Selatan beberapa developer *game* lainnya dari Asia Tenggara dan Amerika Utara juga mengembangkan *game* dengan model serupa.

Kemudian setelah menjadi pelopor atas *game* berbasis MOBA *mobile*, Tiongkok kembali mengeluarkan *game online* dengan model baru seperti PUBG dan Honkai Impact 3rd. *Game* ini memiliki konsep *battle royale* yang juga berhasil mendapatkan *playerbase* sangat masif di seluruh dunia. Sama seperti fenomena MOBA *mobile* konsep *game* ini kemudian digunakan oleh developer *game* lain untuk mengembangkan *game* seperti Apex Legend, Free Fire dan Fortnite. Dilihat dari fenomena ini dapat dilihat bagaimana Tiongkok dengan *soft power* mereka berhasil membuat negara lain untuk memproduksi *game* dengan konsep serupa dengan mereka. Selain berhasil menjadi *trend setter* dan mengendalikan pengembangan *genre game online* yang beredar di pasar, Tiongkok juga berhasil mempromosikan diri mereka sebagai negara modern.

Tiongkok sendiri telah menjadi tuan rumah dalam penyelenggaraan berbagai kompetisi *game online* internasional. Beberapa kompetisi *E-Sport* populer layaknya *League of Legend* dan *Honkai Impact 3rd* selalu diselenggarakan di Tiongkok. Kompetisi *E-Sport* ini sangat populer dan dilihat oleh *gamer* dari seluruh dunia baik secara langsung atau melalui *livestreaming*. Salah satu kompetisi bernama *League of Legend World Championship* 2017 dilihat oleh 106 juta penonton dari seluruh dunia (Hanson, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa Tiongkok sekarang menjadi pusat perhatian dunia dalam industri *game online*. Ditambah lagi dengan berbagai judul *game* mereka yang populer di kalangan masyarakat membuat Tiongkok bisa dengan mudah memasukan nilai nilai mereka melalui *game* tersebut.

Meskipun regulasi *interim measure of administration of online games* sudah tidak seketat masa 2010 – 2014, Tiongkok masih memasukkan beberapa nilai mereka melalui *game* buaatannya dengan lebih kreatif. Salah satu caranya adalah mereka memasukkan karakter pahlawan Tiongkok pada zaman dinasti dinasti terdahulu seperti Houyi, Guan Yu dan Diao Chan. Pemasukan karakter ini ditujukan untuk menimbulkan keterkarikan pemain terhadap karakter karakter tersebut dan membuat mereka penasaran untuk mengetahui karakter tersebut. Hal ini tentunya akan membuat setiap pemain melihat seperti apa budaya Tiongkok dari sisi historis. Namun efek dari *soft power* ini tidak semasif seperti penggunaan *soft power* Amerika Serikat melalui film Hollywood mereka.

Meskipun begitu Tiongkok juga sangat sukses dalam mengubah perspektif masyarakat internasional terhadap mereka. Hal ini bisa dilihat dengan bagaimana banyak *gamer* saat ini ingin berlomba lomba untuk mengunjungi berbagai macam kompetisi *E-Sport* yang diselenggarakan di Tiongkok. Banyak *gamer* dari berbagai kawasan terutama Asia Tenggara yang melihat bahwa Tiongkok merupakan sebuah negara yang supportif dalam mempromosikan industri *game online*. Mereka melihat Tiongkok bukan sebagai negara komunis, mealinkan sebagai negara dimana mereka dapat merealisasikan hobi mereka. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi Tiongkok karena pengaruh mereka dalam industri *game online* sendiri terus bertambah.

Dengan bertambahnya pengaruh Tiongkok dalam industri *game online* tentu menjadikan mereka dalam posisi aman dari pengaruh *game online* itu sendiri. Hal ini dikarenakan posisi Tiongkok yang menjadi *trend setter* membuat mereka tentu akan selalu mengembangkan *game online* sejalan dengan nilai mereka. Mayoritas pasar tentunya agar mengikuti model *game online* Tiongkok karena *playerbase game* tersebut sangat masif. Kesuksesan Tiongkok dalam menjaga diri mereka dari potensi pengaruh negara lain melalui *game online*, membuat mereka dapat beradaptasi dan sekarang menduduki puncak teratas sebagai negara pengembang *game online*. Ini menunjukkan bagaimana kemampuan Tiongkok dalam menggunakan *softpower* mereka dalam menghadapi fenomena *game online* ini.

Kesimpulan

Penelitian ini berjudul *soft power* Tiongkok pada industri *online game* merujuk kepada skripsi dengan judul kebijakan luar negeri Tiongkok terhadap pengembangan industri *game online* di kawasan Asia Tenggara 2014 – 2018. Tahun 2014 merupakan awal dimana pemerintah Tiongkok merevisi kebijakan mereka mengenai industri MMOs. Berawal dari revisi mengenai kebijaksanaan mereka bernama *Interim Measures for Administration of Online games*, para developer *game* Tiongkok mendapatkan momentum untuk mengembangkan banyak MMOs tanpa kekangan Pemerintah Tiongkok. Hal ini tentu berdampak kepada pasar industri MMOs Tiongkok tidak hanya di dalam negeri, namun juga di kawasan Asia Tenggara. Kawasan Asia Tenggara sendiri merupakan pasar kedua terbesar dari industri MMOs dan menjadi target pasar dari setiap *developer game*.

Dalam menjawab pertanyaan penelitian, peneliti menggunakan konsep *soft power*. Penggunaan konsep ini ditujukan untuk menjelaskan bagaimana industri *game online* menjadi salah satu instrumen politik Pemerintah Tiongkok. Untuk lebih mendukung argumentasi peneliti juga menggunakan data data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, dokumen resmi negara dan situs internet dimana setiap rujukan tersebut dapat dipertanggungjawabkan tingkat kebenarannya. Metode yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dengan ini peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang ada dengan mengelaborasi setiap variabel.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Tiongkok dapat dengan sukses beradaptasi dengan fenomena *game online* yang menjadi populer akibat globalisasi. Adaptasi ini dilakukan dengan melakukan perubahan terhadap regulasi Tiongkok yang begitu ketat atas pengembangan industri *game online* ini. Tidak hanya sukses dalam beradaptasi Tiongkok juga dengan sukses berhasil mendapatkan pengaruh yang besar dalam pengembangan industri ini di Kawasan Asia Tenggara mengalahkan Jepang dan Korea Selatan. Tiongkok juga menggunakan *soft power* mereka untuk mengubah perseptif masyarakat atas negara mereka yang kaku dan terbelakang, menjadi negara yang menyambut revolusi industri 4.0 dengan sangat siap.

Melalui penelitian ini, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia ilmu pengetahuan khususnya studi hubungan internasional. Peneliti juga berhadap penelitian ini juga berkontribusi kepada para peminat dan pengkaji isu isu kontemporer.

Referensi

- Alden, Chris & Amnon Aran. (2016). *Foreign Policy Analysis New Approaches* Second Edition. London.
- Berg, Bruce L. (2001). *Qualitative Research Methods for The Social Science*. Needham Heights: Pearson Education Company
- Chew, Matther M. (2016). A Critical Cultural History of *Online game s* in China 1995-2015. Sage Journal.
- China Ministry of Culture. 2010. "Interim Measure for the Administration of *Online game*".
- Chinnovation Ltd. (2015). "*China's Regulatory Environment for Game s*". Neogame s.
- CLAIRFIELD International .(2016). "Gaming Industry Facts. Figures And Trends".
- Cresswell, John W. (2003). *Research Design Qualitative, Quantitative. and Mixed Methods Approaches Second Edition*. California: Sage Publications, Inc.
- Entertainment Software Association. (2014). Essential Facts About The Computer and Video *Game* Industry.
- EU SME Centre. (2014). "Report: Culture and Creative industries in China".
- Fung, Anthony Y.H. (2016). "*Strategizing for Creative Industries in China: Contradictions and Tension in Nation Branding*". China: Chinese University of Hong Kong.
- Fung, Anthony Y.H . (2014). "*Online game s* and Chinese National Identities". Dlm. Lee, H., Lim, L. Cultural Policies in East Dynamics Between The State, Arts and Creative Industries.
- Fung, Anthony Y.H & Qiolei Jiang. (2017). "*Game s* With A Continuum: Globalization. Regionalization. and The Nation-State in the Development of China's *Online game* Industry". Sage Publication, inc.
- Gan, Aron. (2014). "Between the causeway: Piracy and *game s* in 90s Singapore". Asian gaming histories e-zine
- Hjorth, Larissa & Chan, Dean. (2009). *Gaming Cultures and Place in Asia-Pacific*.
- Jason Thomas. (2019). Consumerism in Southeast Asia. (<https://theaseanpost.com/article/consumerism-southeast-asia>), Diakses pada 28 maret 2019
- Jin, Dai Yong. Florian Schneider. (2016). "The Dynamics of Digital Play in Asia". ASIACAPE Digital Asia.
- Joseph S. Nye, Jr. (2008). "Public Diplomacy and Soft Power", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616.
- Kang, Jung & Sang-Yong Tom Lee. (2014). Korean *Online game* 's Platform Competition under Two-Sided Market Characteristic. *Journal of Global information*.
- Kshetri, Nir. (2010). "The Evolution of the Chinese Gaming Industry". *Journal of Technology Management in China*.
- Matt Synder. (2018). "China's Digital *Game* Sector. U.S.-China Economic and Security Review Commission". Staff Research Report.
- Mfun. (2018). "Play & Propel The Local Gaming Industry: The first and largest ecosystem to reward users in Southeast Asia". Mfun Investment Pte.Ltd
- Moore, Ieva. (2013). "Cultural and Creative Industries Concept: a historical perspective".Elsevier. Prosiding Social and Behavioral Science. Latvia.
- Nobuya, Fukugawa. (2011). "How Serious is Piracy in the *Videogame* Industry?". graduate school of Engineering Tohoku University.
- Nojima, Miho. (2007). "Pricing Model and Motivations for MMO play". DiGRA Conference 2007.
- Scholte, Jan Art. (2007). "*Defining Globalization*". *Coventry: cIm economia*
- SEGA. (2018). "SEGA Sammy Holding Intergrated Report 2018".
- South Korea Ministry of Strategy and Finance. KOREA University. (2014). "The Succes Story of the Cultural Industry in Korea: The Case of the *Game* Industry".
- Newzoo. (2015). "Preview of Southeast Asian *Game s* Market: Opportunities in the World's Fastest Growing Region".

*Kebijakan Luar Negeri Tiongkok terhadap Pengembangan Industri Game Online
di Kawasan Asia Tenggara 2014 - 2018*

- Terra, Antoni. (2016). "Copyright Law and Digital Piracy: An Econometric Global Cross-national Study". *Journal of Law and Technology* Vol 18, No. 1
- Ting, Tin Tin. (2017). "Video *Game*s and Its Economy Impact in Southeast Asia Country". Malaysia: Tuanku Abdul Rahman University.
- USC US-China Institute. Lisa Hanson. (2018). Lisa Hanson Discusses Video Gaming in China. (<https://www.youtube.com/watch?v=IewpZBOut08>), diakses pada 15 mei 2019
- Zhang, Ling. (2013). Productive Vs Pathological: The Contested of Video *Game*s in Post Reform China. *International Journal of Communication*.