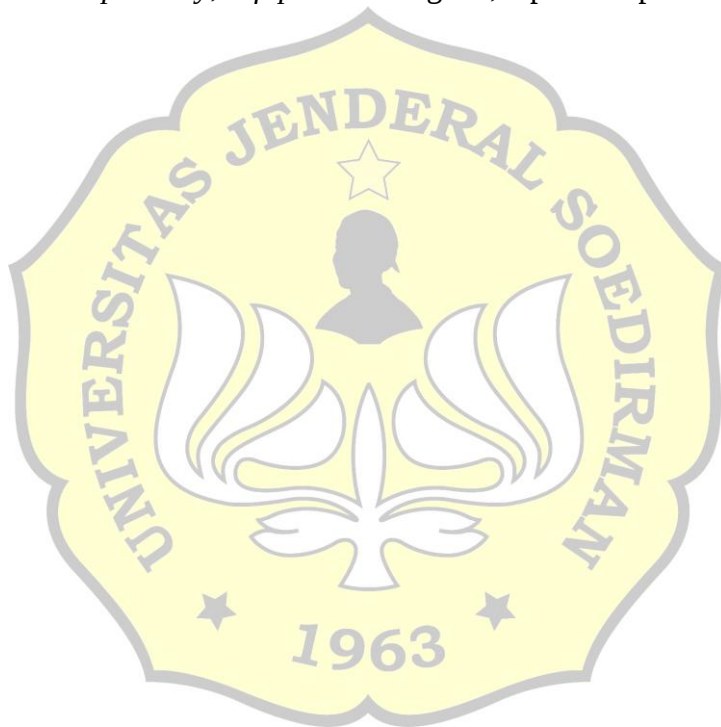


ABSTRAK

Sebagai negara besar di Kawasan Asia Timur yang berbatasan langsung dengan Kawasan Asia Tenggara, Tiongkok memiliki kepentingan untuk menjalin hubungan yang baik dengan negara-negara Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Berkenaan dengan persep-persepsi negative yang dimiliki publik Indonesia terhadap Tiongkok dan budaya Tionghoa secara keseluruhan, salah satu strategi Tiongkok untuk mensiasatnya adalah dengan melakukan pendekatan diplomasi publik melalui *soft power* dan penggunaan budaya populer. Penelitian ini membahas tentang bagaimana HoYoFEST, acara tahunan dari perusahaan gim besar Tiongkok MiHoYo menjadi salah satu media diplomasi Tiongkok di Indonesia menggunakan sudut pandang *new public diplomacy*.

Kata Kunci: *new public diplomacy*, *soft power* Tiongkok, diplomasi publik Tiongkok, MiHoYo



ABSTRACT

As a big nation bordering on the southeast asia region, China has a national interest to maintain good relations with its neighbours, including Indonesia. In regards to the negative perceptions toward China and its culture among Indonesian public, China has sought to combat the growing misunderstanding by utilizing its soft pwer and pop culture in the framework of public diplomacy. This research will look into how HoYoFEST, a yearly event held in Indonesia by one of China's gaming giant MiHoYo, as a public diplomacy media using the concepts of new public diplomacy.

Keywords: *new public diplomacy, China's soft power, China's public diplomacy, MiHoYo*

