

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi digital, video game telah berevolusi menjadi lebih dari sekadar medium hiburan. Video game kini menjadi kanal budaya populer yang berdaya jangkau luas, dengan kemampuan menyampaikan narasi, nilai-nilai, dan simbol-simbol budaya kepada audiens global secara efektif (Ndun, n.d.). Perkembangan ini menjadikan game sebagai instrumen strategis dalam memproyeksikan kekuatan budaya suatu negara secara halus namun berpengaruh, sejalan dengan konsep *soft power* yang menekankan pada daya tarik kultural ketimbang kekuatan militer atau paksaan politik.

Fenomena ini tampak nyata pada negara-negara yang telah lebih dulu menyadari potensi game sebagai instrumen diplomasi budaya. Jepang, Korea Selatan, dan Tiongkok adalah contoh negara-negara yang berhasil mengemas elemen tradisi, estetika lokal, dan nilai sosial ke dalam game yang dikenal dan dimainkan secara luas oleh komunitas global (Donald, et al., 2023). Game-game seperti *Persona*, *Black Desert Online*, hingga *Genshin Impact* bukan hanya menunjukkan keunggulan teknologis, tetapi juga membawa serta warisan budaya dan identitas nasional ke ranah interaktif yang disambut hangat oleh pasar internasional. Melalui narasi, karakter, desain dunia, serta referensi budaya yang khas, game menjadi kendaraan efektif dalam membangun citra negara yang modern, dinamis, dan unik di mata dunia.

Lebih dari itu, kemampuan game untuk menciptakan pengalaman yang imersif menjadikannya berbeda dari medium budaya lainnya (Gee, 2003). Selain itu, Gee juga berpendapat bahwa pemain tidak hanya mengamati, tetapi turut terlibat dalam alur cerita dan dunia virtual yang dipenuhi nuansa budaya tertentu. Hal ini menciptakan bentuk komunikasi budaya yang aktif, partisipatif, dan emosional. Interaksi yang terbangun dalam game memungkinkan proses internalisasi nilai-nilai budaya secara lebih mendalam, memperkuat hubungan antara pemain internasional dan budaya asal game tersebut.

Melalui jangkauan digital yang tidak mengenal batas geografis, game juga memungkinkan aktor-aktor non-negara—termasuk individu, komunitas kreatif, hingga studio kecil—untuk turut andil dalam memperkenalkan budaya mereka ke dunia (Cull, 2008). Situasi ini membuka peluang besar bagi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, untuk turut memanfaatkan potensi game sebagai medium diplomasi budaya (Ang et al., 2015). Dengan pendekatan yang tepat, game dapat menjadi sarana untuk memperluas pengaruh budaya nasional secara global tanpa harus melalui saluran-saluran diplomasi formal.

Melihat keberhasilan negara-negara lain dalam menjadikan game sebagai representasi budaya global, sudah saatnya menyoroti bagaimana tren ini juga mulai berkembang di Indonesia. Munculnya berbagai game buatan lokal yang mengangkat elemen-elemen budaya Indonesia menunjukkan adanya geliat positif dalam industri game domestic (Kurniawan, 2021). Hal ini membuka ruang untuk menelaah lebih jauh bagaimana potensi industri game lokal dapat dioptimalkan

sebagai bagian dari strategi *soft power* Indonesia di tengah kompetisi narasi budaya global.

Dalam satu dekade terakhir, industri game di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Data dari Asosiasi Game Indonesia (AGI) mencatat pertumbuhan signifikan dalam jumlah pengembang lokal, terutama di segmen *indie game* (AGI, 2022). Studio-studio kecil seperti Toge Productions, Mojiken Studio, Digital Happiness, dan Agate telah menelurkan karya-karya yang tidak hanya diterima secara positif di dalam negeri, tetapi juga berhasil menembus pasar global. Produk-produk seperti *A Space for the Unbound*, dan *DreadOut* menjadi bukti nyata bahwa game lokal Indonesia mampu bersaing secara kreatif dan komersial di pasar internasional (Kompas Tekno, 2023).

Pertumbuhan ini tidak terjadi dalam ruang hampa. Meningkatnya penetrasi internet, ketersediaan platform distribusi digital (Newzoo, 2022) seperti Steam, itch.io, dan konsol digital store, serta tumbuhnya komunitas kreatif lokal telah menciptakan ekosistem yang mendorong kolaborasi dan inovasi di kalangan pengembang game. Di sisi lain, lembaga pemerintah seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga mulai memberi perhatian khusus terhadap potensi ekonomi dan budaya dari sektor ini, meskipun dukungan yang tersedia belum sepenuhnya optimal (Amalia, 2021). Kemajuan teknologi, tingginya jumlah gamer domestik, serta antusiasme generasi muda terhadap dunia pengembangan game turut menjadi faktor penting yang memperkuat posisi industri ini sebagai bagian dari ekonomi kreatif nasional.

Yang menarik, sejumlah game buatan Indonesia tidak hanya berfokus pada aspek mekanika permainan atau teknologi semata, tetapi juga secara sadar mengangkat kekayaan budaya lokal (Utomo, 2020). Narasi yang menggali cerita rakyat, desain visual yang mencerminkan arsitektur tradisional, hingga penggunaan bahasa atau simbol lokal menjadi kekuatan tersendiri dalam membangun identitas yang unik dan membedakan game Indonesia dari produk luar. Fenomena ini memungkinkan pengenalan budaya Indonesia ke dunia melalui medium yang kreatif dan modern.

Dengan segala potensi tersebut, industri game lokal Indonesia tidak hanya layak dilihat dari perspektif ekonomi semata, tetapi juga dari dimensi hubungan internasional. Kehadiran game sebagai produk budaya yang menyebar lintas batas menjadikannya instrumen strategis dalam ranah *soft power*, *diplomasi publik*, dan *nation branding* (Tulloch, 2021). Di sinilah letak urgensinya untuk mengkaji keterlibatan aktor non-negara seperti pengembang game indie sebagai pelaku diplomasi budaya kontemporer. Melalui media interaktif ini, mereka turut menyuarakan identitas nasional dan membentuk persepsi global tentang Indonesia dalam arena komunikasi internasional yang semakin dipengaruhi oleh kekuatan budaya populer.

Perkembangan industri game, terutama game indie yang sarat muatan budaya, secara langsung bersinggungan dengan studi Hubungan Internasional, khususnya dalam ranah *soft power*. Konsep *soft power* yang dipopulerkan oleh Joseph Nye (2004) merujuk pada kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi pihak lain melalui daya tarik, bukan paksaan. Dalam konteks ini, game menjadi

sarana efektif untuk menyampaikan nilai, narasi, dan identitas kultural yang mencerminkan karakter suatu bangsa. Game yang mengusung elemen budaya Indonesia, seperti mitologi lokal, visual arsitektur tradisional, atau kisah rakyat, berfungsi sebagai instrumen lunak yang memperluas pengaruh kultural Indonesia secara non-koersif kepada audiens internasional.

Lebih jauh, fenomena ini juga dapat dilihat dalam kerangka *public diplomacy* atau diplomasi publik, di mana proses komunikasi lintas negara tidak lagi hanya dilakukan antar pemerintah, tetapi juga melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat asing melalui berbagai medium, termasuk media digital (Snow & Taylor, 2009). Game menjadi ruang dialog interaktif yang memungkinkan audiens luar negeri mengalami secara langsung atmosfer budaya Indonesia yang dikemas secara menarik dan kontemporer. Dalam hal ini, pengembang game lokal memainkan peran sebagai komunikator budaya, menyampaikan citra positif Indonesia kepada publik global melalui pengalaman bermain yang emosional dan personal (Manor, 2019).

Upaya ini berkontribusi pula terhadap *nation branding*, yaitu proses membentuk citra positif suatu negara di mata dunia (Anholt, 2007). Ketika game Indonesia dikenal, diapresiasi, dan dipuji karena keunikan budayanya, maka secara tidak langsung Indonesia dipandang sebagai negara yang kaya budaya, kreatif, dan relevan dalam perkembangan industri global. Produk budaya yaitu *A Space for the Unbound* yang mengangkat suasana dan nilai-nilai khas Indonesia secara subtil, memperkuat persepsi internasional terhadap Indonesia sebagai negara yang memiliki identitas kuat namun terbuka terhadap modernitas (Sulaiman, 2022).

Keterlibatan *non-state actors* (NSA) dalam diplomasi internasional juga semakin mendapat perhatian, terutama dalam era digital. Pengembang game indie Indonesia merupakan contoh nyata aktor non-negara yang memainkan peran signifikan dalam diplomasi budaya kontemporer (Zaharna, 2010). Mereka bukan bagian dari institusi resmi negara, namun karya-karya mereka mampu melintasi batas geografis dan memengaruhi cara dunia melihat Indonesia. Melalui kreativitas dan otonomi artistik, para pengembang ini menciptakan ruang kultural yang menjadi bagian dari lanskap diplomasi internasional tanpa harus melewati jalur institusional formal.

Lebih dari itu, keterkaitan ini semakin kuat bila dilihat dalam konsep *media diplomacy*, di mana media digital—termasuk game—menjadi saluran utama dalam membentuk opini publik, menyampaikan nilai, dan menciptakan hubungan lintas budaya (Cull, 2011). Tidak seperti media tradisional, game menawarkan komunikasi dua arah yang bersifat partisipatif dan imersif (Bogost, 2007). Ini memberikan keunggulan dalam menciptakan ikatan emosional dengan audiens global serta menyampaikan pesan budaya secara lebih dalam dan alami. Oleh sebab itu, game dapat dianggap sebagai medium diplomasi modern yang relevan di era konektivitas tinggi saat ini.

Melihat keterkaitan tersebut, menjadi penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana peran game, khususnya game indie Indonesia, dalam kerangka hubungan internasional. Meskipun game telah menjadi fenomena budaya global yang signifikan, kajian terhadapnya dalam disiplin hubungan internasional, terutama terkait dengan digital diplomacy oleh aktor non-negara, masih sangat

terbatas (Pamment, 2012). Oleh karena itu, diperlukan telaah akademik yang mampu menjawab kekosongan ini, sekaligus menyoroti bagaimana pengembang game indie Indonesia berkontribusi dalam proses diplomasi budaya secara bottom-up di ranah global.

Meskipun fenomena game sebagai medium budaya telah berkembang pesat secara global, kajian akademik mengenai posisi game dalam studi Hubungan Internasional masih tergolong minim, khususnya dalam konteks Indonesia. Wacana *soft power* selama ini lebih banyak dikaitkan dengan film, musik, atau seni pertunjukan, sementara potensi game—yang justru memiliki kemampuan interaktif dan daya sebar tinggi lintas batas negara—belum banyak diangkat sebagai objek studi serius dalam disiplin ini (Tulloch, 2021). Padahal, sifat transnasional game digital memberikan peluang besar untuk memahami dinamika kekuatan lunak kontemporer yang tidak lagi bersandar pada kekuatan negara semata, melainkan juga pada daya tarik budaya populer yang dibangun oleh aktor-aktor non-tradisional (Chitty et al., 2016).

Di sisi lain, *digital diplomacy* yang dilakukan oleh *non-state actors* (NSA) juga masih belum banyak dikaji secara komprehensif. Studi-studi sebelumnya umumnya berfokus pada diplomasi digital oleh pemerintah atau institusi resmi (Bjola & Holmes, 2015), sementara keterlibatan kreator independen, seperti pengembang game indie, dalam mendapatkan respon internasional terhadap suatu negara melalui media digital masih jarang dieksplorasi. Padahal, dalam konteks masyarakat digital saat ini, kekuatan naratif dan visual yang dibawa oleh produk-produk kreatif semacam game indie mampu memainkan peran strategis dalam

membentuk citra suatu bangsa (Zhang, 2021). Dengan demikian, terdapat celah penting dalam literatur akademik yang perlu diisi, khususnya terkait kontribusi pengembang game indie Indonesia dalam ranah diplomasi budaya digital dan hubungan internasional yang lebih luas.

Melihat keseluruhan dinamika tersebut, dapat disimpulkan bahwa game—sebagai salah satu ekspresi budaya digital global—memiliki peran yang semakin signifikan dalam proses diplomasi budaya dan penyebaran soft power (Manor, 2019). Pertumbuhan industri game lokal Indonesia yang semakin mapan, dipadukan dengan semangat pengembang indie untuk mengangkat elemen budaya nasional, membuka peluang baru bagi keterlibatan non-state actors dalam diplomasi internasional. Namun, terbatasnya kajian dalam bidang ini menandakan pentingnya penelitian (Pamment, 2013) yang secara khusus menyoroti peran strategis game indie sebagai medium diplomasi budaya dari bawah (*bottom-up*) serta sebagai instrumen soft power Indonesia di tengah arus globalisasi budaya yang kompetitif.

1.2. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang di atas, pertanyaan penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

“Bagaimana game indie Indonesia dapat menjadi instrumen soft power dalam menyebarkan budaya Indonesia ke audiens asing?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua tujuan yang ingin dicapai, yaitu sebagai berikut:

1.3.1. Tujuan Umum

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana keberhasilan game indie lokal dapat menjadi sarana diplomasi, khususnya soft diplomasi, untuk Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan bukti nyata game indie lokal dalam mempromosikan Indonesia sebagai negara dalam aspek tertentu di tingkat internasional, serta untuk mengeksplorasi bagaimana game-game tersebut dapat menjadi instrumen diplomasi yang efektif dalam membangun hubungan antar budaya dengan negara-negara lain.

1.3.2. Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan game indie lokal di Indonesia.
2. Menganalisis bagaimana game indie lokal dapat menyampaikan pesan-pesan budaya Indonesia secara efektif kepada audiens global.
3. Mengevaluasi dampak game indie lokal dalam memperkuat *soft power* Indonesia dan mempromosikan kerja sama internasional.
4. Menyelidiki potensi game indie lokal sebagai instrumen diplomasi yang dapat meningkatkan pemahaman lintas budaya dan mempererat hubungan antar budaya dengan negara-negara lain.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

1. Memperkaya literatur serta kesadaran masyarakat awam mengenai industri game Indonesia
2. Studi mengenai pengaruh langsung maupun tidak langsung dari teknologi terhadap industri kreatif secara umum

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis dengan menyediakan panduan strategi peningkatan kualitas produksi game, mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan, menarik investasi, dan mengembangkan ekosistem game yang berkelanjutan. Ini juga mengoptimalkan model bisnis yang efektif bagi game indie di Indonesia. Secara sosial, penelitian ini mendukung pemberdayaan komunitas developer, meningkatkan citra Indonesia di mata internasional, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Selain itu, penelitian ini meningkatkan akses masyarakat terhadap hiburan berkualitas tinggi yang mencerminkan budaya dan nilai-nilai Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya membantu mengatasi masalah industri game lokal tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan ekonomi nasional.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Tinjauan Pustaka/*Literature Review*

Playing at the Next Level (2016) oleh Horowitz, Ken. Buku ini memberikan sejarah tentang permainan video Sega di Amerika Serikat, menunjukkan bagaimana perusahaan tersebut berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Horowitz menyoroti pentingnya inovasi teknologi dan strategi pemasaran dalam keberhasilan Sega. Meskipun buku ini memberikan wawasan mendalam tentang sejarah permainan video di Amerika, penelitiannya terbatas pada konteks Amerika Serikat dan Sega, tanpa menyinggung perkembangan industri game di Indonesia atau potensi diplomasi melalui game development. Penelitian ini akan mengisi celah tersebut dengan menyoroti momentum yang diciptakan oleh game indie Indonesia dan implikasinya dalam diplomasi internasional.

Video Games Around the World (2015) oleh Wolf, Mark J.P. Wolf menyusun buku yang berisi kontribusi dari berbagai penulis yang menggambarkan industri game di berbagai negara, termasuk bagaimana game mempengaruhi budaya dan ekonomi lokal. Buku ini mencakup banyak negara, tetapi tidak memberikan fokus mendalam pada Indonesia, terutama mengenai dampak diplomasi dari game development. Penelitian ini akan memberikan analisis yang lebih spesifik tentang industri game di Indonesia, khususnya mengenai bagaimana game indie yang sukses dapat menjadi instrumen diplomasi budaya dan teknologi.

A Strategy for Reducing Skills Gap for the Game Development Sector of the Indonesian Creative Industries (2023) oleh Loeis, Minaldi et. al. Artikel ini membahas strategi untuk mengurangi kesenjangan keterampilan dalam sektor pengembangan game di industri kreatif Indonesia. Louis dan timnya menekankan pentingnya pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan pengembang game lokal. Meskipun penelitian ini relevan dalam konteks pengembangan kapasitas dan pendidikan, penelitian ini tidak mengeksplorasi dimensi diplomasi atau bagaimana kesuksesan game indie dapat meningkatkan profil diplomatik Indonesia. Penelitian ini akan melengkapi kajian ini dengan fokus pada potensi diplomasi yang dapat dihasilkan dari keberhasilan game indie Indonesia.

The Genesis and Self-Reliance of Indonesian Local Game Developers as the National Creative Workers in Contemporary Indonesia (2023) oleh Allifiansyah, Sandy. Allifiansyah mengkaji perkembangan dan kemandirian pengembang game lokal di Indonesia sebagai pekerja kreatif nasional. Penelitian ini memberikan wawasan tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pengembang game lokal. Namun, penelitian ini tidak membahas aspek diplomasi atau bagaimana keberhasilan game indie dapat mempengaruhi hubungan internasional. Penelitian ini akan menambahkan perspektif tersebut, menyoroti bagaimana game yang sukses dapat digunakan sebagai instrumen diplomasi budaya dan teknologi untuk meningkatkan citra Indonesia di dunia internasional.

Enhancing the Competitiveness of the Creative Services Sectors

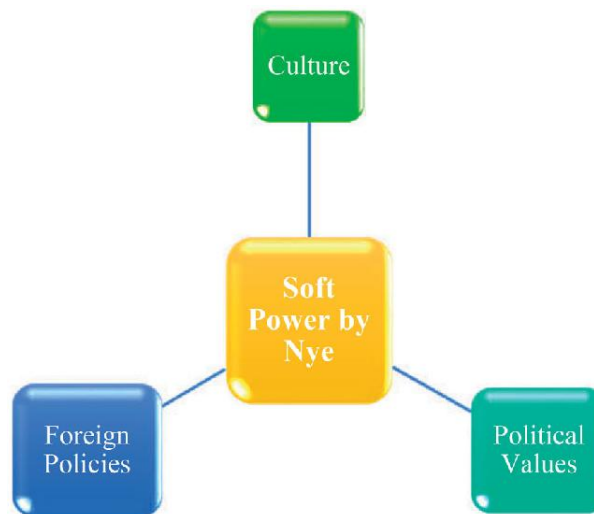
in Indonesia (2012) oleh Simatupang, Togar M. Simatupang membahas cara-cara untuk meningkatkan daya saing sektor layanan kreatif di Indonesia, termasuk industri game. Penelitian ini berfokus pada strategi ekonomi dan kebijakan yang dapat mendukung pertumbuhan industri kreatif. Meskipun demikian, penelitian ini tidak mengeksplorasi dimensi diplomasi atau bagaimana keberhasilan game indie dapat digunakan sebagai instrumen untuk tujuan diplomatik. Penelitian ini akan melengkapi pendekatan Simatupang dengan mengkaji bagaimana game indie yang sukses dapat berfungsi sebagai instrumen soft power, meningkatkan profil diplomatik Indonesia.

Penelitian ini berfokus pada momentum yang diciptakan oleh keberhasilan game indie Indonesia dalam konteks diplomasi internasional. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada aspek sejarah, keterampilan, dan ekonomi, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kesuksesan game indie dapat digunakan sebagai instrumen diplomasi budaya, teknologi, dan media. Dengan mengintegrasikan konsep soft power, cultural diplomacy, technology diplomacy, dan media diplomacy, penelitian ini memberikan perspektif baru tentang bagaimana industri game dapat berfungsi sebagai instrumen diplomasi modern untuk Indonesia.

1.5.2. Kerangka Konsep

Penelitian ini menggunakan konsep *soft power* yang diperkenalkan oleh Joseph Nye sebagai kerangka konseptual utama dalam memahami bagaimana game indie Indonesia dapat berfungsi sebagai sarana diplomasi budaya. Konsep ini dipilih karena mampu menjelaskan bentuk kekuatan non-koersif yang digunakan oleh negara maupun aktor non-negara untuk mempengaruhi pihak lain melalui ketertarikan, bukan paksaan. Dalam konteks hubungan internasional modern, *soft power* menjadi instrumen penting dalam membentuk persepsi, preferensi, dan penerimaan budaya suatu negara oleh komunitas global.

Kerangka konsep ini dibangun berdasarkan tiga komponen utama *soft power* menurut Nye (2004), yaitu: budaya (*culture*), nilai-nilai politik (*political values*), dan kebijakan luar negeri (*foreign policies*) yang bersifat legitim atau asli dan memiliki daya tarik. Namun, dalam konteks penelitian ini, fokus utama diarahkan pada aspek budaya sebagai dimensi dominan dari *soft power*, khususnya yang diekspresikan melalui media digital berbasis game indie.



Gambar 1. 1 Sumber Daya Soft Power

Sumber: (Nye, 2004)

Dalam ranah hubungan internasional kontemporer, konsep soft power telah menjadi instrumen penting dalam memperkuat citra dan pengaruh suatu negara tanpa menggunakan tekanan politik maupun kekuatan militer (Cull, 2008). Soft power mengedepankan pendekatan berbasis nilai, budaya, seni, dan daya tarik nasional yang mampu mempengaruhi persepsi global terhadap suatu negara (Snow & Taylor, 2009).

Dalam konteks Indonesia, dimensi budaya menjadi sumber dominan dalam konstruksi soft power. Dengan kekayaan budaya lokal dan keragaman etnik yang tinggi, Indonesia memiliki potensi besar untuk memproyeksikan identitas nasionalnya secara global melalui media budaya populer (Anholt, 2007). Game indie sebagai bagian dari *produk industri kreatif digital* merupakan medium yang sangat relevan untuk menyampaikan nilai-nilai budaya tersebut secara kontemporer. Tidak

seperti media tradisional, game menawarkan pengalaman yang interaktif dan imersif, memungkinkan pemain global untuk tidak hanya mengenal, tetapi juga "mengalami" elemen budaya Indonesia melalui narasi, estetika visual, dan gameplay.

Kerangka konsep dalam penelitian ini mengacu pada model alur pengaruh soft power, yang diawali dari *sumber daya budaya*, kemudian diterjemahkan ke dalam *representasi kultural dalam game*, didistribusikan melalui *platform global digital*, dan pada akhirnya berpotensi menciptakan *perubahan persepsi* internasional terhadap Indonesia. Model ini menekankan bahwa pengaruh budaya melalui game indie tidak bersifat langsung dan koersif, melainkan melalui proses internalisasi yang dipicu oleh ketertarikan (Nye, 2004) dan pengalaman emosional pemain.

Untuk menjelaskan alur penyebaran *soft power* dalam konteks game indie Indonesia, kerangka ini menekankan adanya tiga level variabel yang saling berinteraksi, yaitu:

1. Stimulus Eksternal (*External Stimuli*)

Game indie Indonesia hadir dalam konteks global yang ditandai oleh meningkatnya interaksi lintas budaya melalui media digital. Di tengah dominasi budaya Barat dalam industri game global, munculnya game indie dari negara-negara non-Barat, termasuk Indonesia, menjadi bentuk respons atas ketimpangan narasi budaya global. Stimulus ini berasal dari:

- Ketertarikan global terhadap konten budaya non-Barat,

- Perkembangan teknologi distribusi digital (seperti Steam, Itch.io, PlayStation Store), dan
- Kebutuhan akan representasi budaya yang lebih beragam di media interaktif.

2. Variabel Perantara (*Intervening Variables*)

Stimulus eksternal tersebut dimediasi oleh sejumlah faktor internal di Indonesia yang menentukan bagaimana *soft power* budaya dapat dikemas dan disalurkan melalui game indie:

- Kreativitas dan Otonomi Developer: Para pengembang indie memiliki ruang kebebasan kreatif yang memungkinkan mereka mengeksplorasi nilai-nilai budaya lokal tanpa batasan pasar global.
- Ketersediaan Narasi Budaya Lokal: Indonesia memiliki warisan budaya yang kaya (mitologi, cerita rakyat, bahasa daerah, simbol visual) yang menjadi sumber inspirasi utama dalam desain game.
- Ekosistem Komunitas Kreatif dan Digital: Kolaborasi lintas komunitas dan partisipasi aktif dalam forum global (Discord, Steam Community, pameran internasional) memperkuat daya sebar *soft power* Indonesia.

Dengan demikian, kerangka konsep ini menempatkan game indie Indonesia bukan hanya sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam menyebarkan *soft power* Indonesia secara adaptif, modern, dan berbasis komunitas. Kerangka ini juga memungkinkan analisis atas bagaimana pengaruh budaya suatu negara dapat dibangun dan dikelola

dari bawah (bottom-up), melalui aktor non-negara dalam ekosistem digital global.

1.6. Operasionalisasi Konsep

1.6.1. Definisi Konseptual

1.6.1.1. Soft Power

Soft power adalah kemampuan suatu negara untuk mempengaruhi perilaku atau preferensi pihak lain melalui daya tarik (*attraction*), bukan melalui paksaan atau insentif ekonomi. Konsep ini diperkenalkan oleh Joseph Nye (2004) yang menyebut bahwa sumber utama soft power suatu negara terletak pada budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri yang dianggap sah dan menarik oleh pihak luar. Dalam konteks global saat ini, soft power tidak hanya dijalankan oleh aktor negara, tetapi juga dapat dimediasi oleh aktor non-negara melalui media populer seperti musik, film, atau video game—khususnya game indie, yang sarat muatan budaya dan narasi lokal.

1.6.1.2. Pengembang Game Indie

Pengembang game indie (independent game developer) adalah individu atau kelompok kreatif yang merancang, mengembangkan, dan menerbitkan permainan video secara mandiri, tanpa keterikatan langsung pada perusahaan penerbit besar atau *major publisher* (Lipkin, 2013). Mereka umumnya memiliki otonomi penuh dalam proses produksi, baik dalam hal narasi, desain visual, mekanisme gameplay, hingga pesan budaya

yang ingin disampaikan. Dalam konteks budaya, pengembang game indie sering kali memanfaatkan kebebasan kreatif mereka untuk menghadirkan ekspresi yang lebih personal, lokal, dan eksperimental (Parker, Whitson, & Simon, 2018). Mereka cenderung menyisipkan elemen-elemen budaya, cerita rakyat, mitologi, serta nilai-nilai sosial dari lingkungan tempat mereka berasal ke dalam game, menjadikan karya mereka tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai medium komunikasi kultural lintas batas.

1.6.1.3. Game Indie

Game indie Indonesia dapat dilihat sebagai salah satu saluran penyebaran budaya populer yang bersumber dari kreativitas pelaku industri kreatif (Kemenparekraf, 2020). Game ini berbeda dari game komersial arus utama karena lebih bebas dalam mengekspresikan nilai-nilai budaya lokal, dan sering kali menampilkan tema, karakter, visual, maupun narasi yang mencerminkan identitas Indonesia. Ketika game-game ini dimainkan oleh audiens asing, potensi untuk membangun persepsi dan ketertarikan terhadap budaya Indonesia semakin terbuka, sehingga menjadikannya instrumen soft power yang efektif (Hutchinson, 2017).

1.6.2. Definisi Operasional

1.6.2.1. Soft Power

Soft power dalam penelitian ini diukur melalui keberhasilan game indie Indonesia dalam memasukkan nilai-nilai budaya Indonesia kedalam game indie Indonesia. Pengukuran ini akan meliputi respon oleh pemain

internasional untuk mengevaluasi nilai-nilai budaya yang tersirat yang di notice oleh audiens asing.

1.6.2.2. Pengembang Game Indie

Pengembang game dalam konteks penelitian ini diidentifikasi sebagai perusahaan atau individu dalam industri game Indonesia yang aktif mengembangkan dan menerbitkan game selama periode penelitian. Pengembang game indie dipahami bukan hanya sebagai pelaku industri kreatif digital, tetapi juga sebagai aktor non-negara yang memiliki kapasitas untuk menjalankan fungsi diplomasi budaya secara informal melalui karya mereka.

1.6.2.3. Game Indie

Game dalam konteks penelitian ini diidentifikasi sebagai hasil produksi atau terusan dari pengembang game sebagai instrumen yang berpotensi dapat mengandung soft power di dalamnya dengan cara meningkatkan citra Indonesia kepada entitas asing, baik kepada negara keseluruhan atau ke individu di suatu negara.

1.7. Argumen Penelitian

Game indie Indonesia, terutama DreadOut dan A Space for The Unbound, yang merupakan produksi dari pengembang game Indonesia, diargumentasikan bahwa budaya-budaya Indonesia yang tersirat di dalamnya baik dengan sadar atau tidak sadar, dapat meningkatkan citra Indonesia beserta resepsi audiens asing yang baik terhadap Indonesia. Serta dapat menambahkan pengetahuan audiens

Internasional atas budaya Indonesia. Dan bahwasanya Indonesia berhasil menggunakan konsep soft-power secara efektif.

1.8. Metode Penelitian

Penulisan ini menggunakan metode penelitian secara kualitatif. Secara mendasar, penelitian kualitatif adalah penelitian yang mana bertujuan untuk mengeksplorasi serta memahami makna yang mana dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan oleh individu atau kelompok (Creswell, 2009). Berangkat dari itu, dikutip dari sumber yang sama bahwa proses kualitatif melibatkan beberapa upaya-upaya penting dalam meneliti suatu hal yang mana dalam konteks ini penulisan ini yang meliputi upaya seperti mengajukan pertanyaan pertanyaan dan prosedur-prosedur, data yang spesifik dari para partisipan yang mana dikumpulkan, analisis data induktif pada data mulai dari tema-tema yang spesifik ke tema-tema lebih general, dan menafsirkan makna data. Induktif dapat dilakukan dengan mencari pengetahuan dimulai dengan observasi terhadap hal-hal yang khusus yaitu fakta-fakta yang valid dan/atau kredibel (Ibnu et. al 2003). Metode kualitatif cenderung lebih fleksibel dan memperhatikan konteks serta kompleksitas situasi yang mempengaruhi fenomena tersebut dan menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

1.8.1. Tipe Penelitian

Dalam pembuatan karya tulis ini, digunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini berbentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang mana fenomena tersebut bisa

berbentuk alamiah atau buatan (Sukmadinata, 2007). Selain itu, penelitian ini juga berusaha untuk mendeskripsikan sesuatu yang dapat meliputi kondisi yang ada, pendapat yang berkembang, dan sebagainya. Fenomena yang diusahakan untuk dideskripsikan bisa berbentuk objek, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan. Walau begitu, penelitian ini tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2013).

1.8.2. Situs Penelitian

Situs penelitian adalah penetapan tempat atau wilayah dimana penelitian dilaksanakan. Penelitian kualitatif merupakan studi yang berlangsung dalam situasi alamiah, ini berarti tidak ada berbagai macam bentuk manipulasi pada latar penelitian. Penelitian ini akan dilakukan di Indonesia pada perusahaan pengembang game terkait.

1.8.3. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini meliputi aktor-aktor utama yang terlibat langsung dalam potensi diplomasi serta pengembangan industri game secara keseluruhan. Beberapa subjek penelitian yang akan dianalisis, antara lain:

- a. Pengembang game berbasis di Indonesia sebagai subjek pengembang game
- b. Game Indie
- c. Kritik atau Pengulas terutama asing
- d. Audiens terutama asing

1.8.4. Jenis Data

Pada bagian ini, digunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini mengumpulkan data yang meliputi data utama, data observasi, dan data wawancara. Data itu dikumpulkan dengan cara penyelidikan suatu kelompok kebudayaan di lingkungan yang alamiah dalam periode waktu yang cukup lama. Selain itu, dilakukan review literatur disamping wawancara dengan subjek yang terlibat secara langsung untuk memastikan keakuratan dan keberhasilan dalam mengidentifikasi data yang tepat.

1.8.5. Sumber Data

Analisis penelitian memiliki sumber yang meliputi data primer dan data sekunder. Menurut Sarwono (2006), kualitatif dibagi menjadi dua data tersebut yang mana data primer berupa teks hasil wawancara yang didapatkan dengan cara tersebut oleh mewawancarai informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitiannya, data ini dicatat dengan cara merekam, atau menulis dan/atau mengetik. Data sekunder dari sumber yang sama menyatakan bahwa data sekunder berupa data-data yang dapat diperoleh oleh peneliti melalui sumber yang diolah oleh peneliti sebelumnya yang sudah ada dan dapat dibaca dan/atau didengarkan. Kategori data tersebut meliputi data bentuk teks, gambar, suara, dan gabungan ketiganya.

1.8.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data-data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui metode untuk cross referencing (Bromley, 1986) pada kualitas dan sumber bukti yang bertujuan untuk memastikan akurasi dan

konsistensi. Lalu pengumpulan data sekunder dengan cara seperti library research yang dapat berbentuk buku, jurnal, website, koran, dan sumber valid lainnya.

1.8.7. Analisis dan Interpretasi Data

Data perlu dianalisis setelah data dikumpulkan, yang mana data dapat dilakukan dengan reduksi data dan analisis wacana kualitatif. Sebagaimana seperti yang disebutkan oleh Miles dan Huberman (1994) yang mana reduksi data merupakan langkah-langkah penyederhanaan dan pengubahan dari data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan melalui proses-proses yang meliputi pemilihan lalu pemfokusan. Reduksi data dapat dilakukan dengan cara melakukan seleksi, peringkasan, penggolongan, pemfokusan pada sebuah poin, dan mengeluarkan bagian yang tidak relevan dan pengaturan guna kesimpulan dapat ditarik sesuai dengan pemusatan pada masalah utamanya. Yang dimaksud dengan analisis wacana kualitatif yaitu suatu metode yang biasa digunakan untuk memahami pesan simbolik dari suatu wacana atau teks (Badara, 2014), dalam konteks ini berasal dari artikel berita dan sumber serupa.

1.8.8. Kualitas Data

Kualitas data yang dikumpulkan, diolah, disajikan, dan digunakan dalam penelitian ini bersifat kredibel dan valid. Penelitian ini dipastikan akan menggunakan data yang akurat dan relevan dengan fenomena yang sedang terjadi. Dengan metode untuk memastikannya adalah dengan menggunakan cross referencing yang sebagaimana memastikan ke-

akurasiannya dengan mencari tahu apakah sumber yang terpercaya juga menyatakan hal yang sama. Beberapa metode lainnya adalah metode 5W, CRAAP, dan SMART yang merupakan teknik perlu digunakan untuk memastikan bahwa sumber itu kredibel dan valid (Oxbridge, 2024).