

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>1</b>
<b>LEMBAR BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>2</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>3</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>6</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>3</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>4</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>7</b>
<b>Pendahuluan .....</b>	<b>7</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	7
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tinjauan Literatur .....	11
1.4 Kerangka Berpikir.....	16
1.5 Argumen Utama.....	20
1.6 Metode Penelitian .....	20
1.6.1 Prosedur Penelitian .....	21
1.6.2 Pengumpulan Data Timbul .....	22
1.6.3 Pengumpulan Data Arsip .....	23
1.6.4 Proses Analytical Coding.....	24
1.7 Sistematika Penulisan .....	25
<b>BAB II.....</b>	<b>26</b>
<b>Propaganda dan Industri Budaya Video Game / Mobile Game Republik Rakyat Tiongkok.....</b>	<b>26</b>
2.1 Preseden Propaganda dan Politik Luar Negeri Pencitraan Imaji Positif Tiongkok.....	26
2.2 Linimasa Industri Video Game Tiongkok .....	29
2.3 Dinamika Propaganda dan Regulasi Domestik Industri <i>Video Game</i> Tiongkok .....	31
2.4 Implementasi Ekspor Propaganda ke Luar Tiongkok.....	36
<b>BAB III .....</b>	<b>39</b>
<b>Genshin Impact – Struktur Organisasional dan Operasional.....</b>	<b>39</b>

Propaganda <i>Video Game</i> Tiongkok.....	39
3.1 Organisasional – MiHoYo Sebagai Pengembang dan Agen Propaganda .....	39
3.1.1 Linimasa Perusahaan MiHoYo .....	39
3.1.2 Relasi MiHoYo dengan Partai Komunis Tiongkok .....	43
3.2 Operasional – Genshin Impact dan Desain Naratif, Monetisasi, serta Temporalitas Konten Propaganda.....	47
3.2.1 Desain Naratif Genshin Impact.....	47
3.2.2 Desain Monetisasi Genshin Impact.....	54
3.2.3 Desain Temporalitas Genshin Impact.....	59
3.2.3.1 Temporalitas Linier.....	60
3.2.3.2 Temporalitas Sirkular.....	61
3.2.3.3 Temporalitas Terbagikan .....	63
<b>BAB IV .....</b>	<b>66</b>
<b>Dinamika Propaganda Genshin Impact dan Resepsi Audiens Anak Muda Indonesia .....</b>	<b>66</b>
4.1. Siluet Komunitas Genshin Impact.....	66
4.2 Analisis Data Penelitian.....	67
4.2.1. Reading dari Komunitas Genshin Impact di Indonesia .....	69
4.2.2. Affordances dari Komunitas Genshin Impact di Indonesia .....	75
4.3 Tipologi Komunitas Genshin Impact di Indonesia .....	78
4.3.1. Lanskap Ruang Digital Komunitas Genshin Impact di Indonesia.....	79
4.3.2. Macam-Macam Komunitas Facebook Genshin Impact di Indonesia .....	79
4.3.2.1. Genshin Impact Indonesia Official .....	79
4.3.2.2. Keluh Resah Pemain Genshin Impact.....	81
4.3.2.3. Genshin Impact Indonesia.....	84
4.4 Temuan Data Timbul dan Arsip Penelitian .....	85
4.4.1. Temuan Data Timbul Penelitian .....	85
4.4.2. Temuan Data Arsip Penelitian .....	87
4.4.3. Analisis Resepsi Audiens Komunitas Anak Muda Pemain Genshin Impact di Indonesia.....	87
<b>BAB V .....</b>	<b>92</b>
<b>Penutup.....</b>	<b>92</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>