

**KETERBUKAAN SISTEM EKONOMI VIS-À-VIS HAMBATAN
INVESTASI ASING: KEBIJAKAN TIONGKOK TERHADAP MODA
MASUK PRODUK HIBURAN AUDIOVISUAL**

ABSTRAK

Tesis ini mengkaji alasan mengapa produk hiburan audiovisual asing, khususnya layanan program audiovisual berbasis internet, masih mengalami hambatan untuk masuk ke Tiongkok meskipun Tiongkok telah melakukan upaya reformasi ekonomi, bergabung dalam World Trade Organization (WTO), serta membuka jalan bagi perdagangan dan investasi asing. Tesis ini merupakan penelitian metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan Merkantilisme dalam Ekonomi Politik Internasional (EPI) sebagai basis kerangka pemikiran untuk menganalisis kepentingan apa yang mendasari kebijakan proteksionisme Tiongkok. Tesis ini menemukan bahwa alasan dualisme kebijakan Tiongkok terhadap moda masuk produk hiburan audiovisual, khususnya layanan program audiovisual berbasis internet, dimotivasi oleh dua kepentingan utama, yakni kepentingan dari faktor non-ekonomi yang terdiri dari kepentingan politik dan sosial-budaya, serta kepentingan faktor ekonomi. Kepentingan non-ekonomi menjadi akar dari kebijakan proteksionisme karena restriksi terhadap layanan program audiovisual berbasis internet sangat berkaitan dengan pelaksanaan sistem propaganda Tiongkok yang diperkuat dengan adanya konsepsi *state-led nationalism* serta pengelompokan produk hiburan audiovisual sebagai produk budaya yang dapat memengaruhi moral publik. Di sisi lain, kepentingan ekonomi berupa upaya untuk melindungi industri domestik serupa merupakan kepentingan lain yang turut menyertai kebijakan proteksionisme yang dilakukan. Tesis ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu Hubungan Internasional, khususnya pada kajian Ekonomi Politik dan Bisnis Internasional, mengingat tesis ini telah berupaya untuk menyumbangkan aspek kebaruan berupa penggunaan pendekatan Merkantilisme guna menganalisis fenomena dualisme kebijakan Tiongkok terhadap produk hiburan audiovisual.

Kata kunci: Tiongkok, Merkantilisme, Layanan Program Audiovisual Berbasis Internet, Kepentingan Non-Ekonomi, Kepentingan Ekonomi.

CHINA'S ECONOMIC OPENNESS *VIS-À-VIS* BARRIERS TO FOREIGN INVESTMENT: CHINA'S POLICY ON THE MODE OF ENTRY OF AUDIOVISUAL ENTERTAINMENT PRODUCT

ABSTRACT

This thesis examines the reasons why foreign audiovisual entertainment products, especially the internet-based audiovisual program services, are still experiencing barriers to entry into China even though China has made economic reform, joined the World Trade Organization (WTO), and opened the way for foreign trade and investment. This thesis is a qualitative research method using the Mercantilism approach in International Political Economy (IPE) as the basis for the framework for analyzing what interests underlie China's protectionist policies. This thesis finds that the reason for the dualism in China's policy towards the mode of entry of audiovisual entertainment products, especially the internet-based audiovisual program services, is motivated by two main interests, namely the non-economic interests consisting of political and socio-cultural interests, and economic interest. Non-economic interests are at the root of protectionism policies because restrictions on the internet-based audiovisual program services are closely related to the implementation of China's propaganda system which is reinforced by the conception of state-led nationalism and the grouping of audiovisual entertainment products as cultural products that can affect public morals. On the other hand, economic interest—in the form of efforts to protect similar domestic industries—is another interest that accompany the protectionist policies. This thesis is expected to enrich International Relations, especially in the study of International Political Economy and International Business, considering that this thesis has attempted to contribute a novelty aspect in the form of using the Mercantilism approach to analyze the phenomenon of dualism in China's policy towards audiovisual entertainment products.

Keywords: China, Mercantilism, Internet-based Audiovisual Program Services, Non-Economic Interests, Economic Interest.