
AL-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan

Volume 6 Nomor 1, Juni Tahun 2024

<https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/almutsla/about>

E-ISSN: 2715-5420

E-Sport Dalam Industri Game Menjadi Strategi Soft Diplomacy Untuk Memperkuat Pertumbuhan Perekonomian China

Fivi Elvira Basri^{1b}

¹Institut Agama Islam Negeri Pare Pare

*fivielvira@iainpare.ac.id

Kata Kunci :

*E-Sport, Industri
Game, Strategi
Diplomasi*

Abstrak

Industri e-sport dalam industri game telah menjadi strategi diplomasi lunak yang penting bagi China dalam memperkuat pertumbuhan ekonominya. Artikel ini menggambarkan bagaimana e-sport tidak hanya menjadi hiburan populer, tetapi juga alat untuk memperluas pasar game secara global. China, sebagai pasar terbesar untuk industri game, mengalami pertumbuhan pesat berkat dukungan perusahaan multinasional dan kebijakan pemerintah yang mendukung transnasionalisme. Penggunaan e-sport sebagai instrumen soft power China terbukti efektif dalam mempromosikan budaya game yang berkembang dan mendukung ekonomi digitalnya. Dengan pertumbuhan yang signifikan dalam pendapatan dan jumlah pemain game, China terus memperkuat posisinya sebagai pemain utama dalam industri game global.

Keywords:

*E-Sport, Game
Industry, Soft
Diplomacy*

The e-sport industry within the gaming sector has become a crucial soft diplomacy strategy for China to strengthen its economic growth. This article illustrates how e-sports have evolved from mere entertainment into a tool for expanding the global gaming market. China, as the largest market for the gaming industry, has experienced rapid growth supported by multinational corporations and government policies that promote transnationalism. The use of e-sports as a soft power instrument by China has proven effective in promoting its burgeoning gaming culture and supporting its digital economy. With significant growth in revenue and player numbers, China continues to

solidify its position as a major player in the global gaming industry.

Article History:	Received:	Accepted:
	15 Januari 2024	12 Juni 2024

PENDAHULUAN

E-sport menjadi salah satu game yang digemari banyak kalangan beberapa tahun terakhir ini. Hal ini menyebabkan industri game dalam dunia hiburan yang mengalami perkembangan yang begitu pesat. Game yang awalnya hanya dipandang sebagai permainan anak-anak ataupun digunakan untuk menghabiskan waktu atau mengisi kekosongan kini telah berubah fungsi menjadi aspek rutin kehidupan kebanyakan orang, dan terus berkembang sesuai dengan permintaan untuk lebih update, lebih cepat, dan tampilan permainan yang lebih realistis dan menghibur para pecinta gamer.

Dalam beberapa tahun terakhir ini terdapat perubahan dalam industri game yaitu terjadi kecenderungan penggunaan peranti bergerak (mobile device) yang memungkinkan pengguna dapat lebih mudah dan dapat memainkan produk video game dalam ponsel, terutama dengan semakin mudahnya pengguna produk video game dengan daring. Selain itu semakin baiknya perkembangan teknologi perangkat keras dan lunak yang menyokong pengembangan video game dengan kualitas yang terus semakin membaik. Terakhir, semakin meningkatnya perusahaan-perusahaan yang mengembangkan aplikasi peranti bergerak, yang termasuk didalamnya aplikasi video game.

Sekarang ini Negara-negara besar seperti Amerika, Jepang, Korea Selatan dan Cina sedang gencar-gencarnya dalam meningkatkan industri game dinegara mereka masing-masing. Di Cina sendiri perkembangan Industri game dimulai pada era 2000-an saat judul-judul game online dari Korea Selatan seperti Legend of Mir II memasuki pasar Cina dan menjadi salah satu game legendaris yang paling digemari dalam sejarah perkembangan

game online di Negara tersebut. (China Daily, 2004)

Pertambahan income yang diperoleh China terus mengalami pertumbuhan dari masa ke masa. Jumlah pengguna layanan game, jumlah pengembang game lokal, dan jumlah judul game yang dihasilkan dan dijual per tahun juga mengalami kenaikan yang pesat. Pertumbuhan industri game online di Cina terus berlanjut di tahun 2012 seiring dengan berkembangnya tren mobile game. Industri game mencapai perkiraan pendapatan total sebesar \$9,7 miliar pada tahun 2012. Menurut China Games Industry Report dilaporkan oleh Teachweb, game online untuk computer menyumbang 90% dari total pendapatan sekitar \$9,1 miliar (Ong, 2013)

Cina sebagai negara yang memiliki populasi penduduk terbesar di dunia tentunya menjadikan Cina sebagai negara yang memiliki pasar game paling besar dan paling cepat pertumbuhannya didunia. Berdasarkan grafik yang ada “volume pasar game online di Cina telah mencapai 89,2 miliar yuan pada tahun 2013 dan diperkirakan akan melampaui 420 miliar yuan pada tahun 2022. pada awal tahun 2020. Sekitar 532 juta pengguna internet Cina telah terlibat dalam game online. Dengan total sekitar 904 juta pengguna internet di Cina per maret 2020.” (Lai Lin, 2020) Tentunya hal ini menjadi bukti bahwa game sekarang ini dapat menarik perhatian publik sehingga banyak orang yang tertarik untuk memainkan game tersebut, oleh karena itu sekarang ini game memiliki potensi yang sangat besar untuk memajukan perekonomian sebuah Negara. Selain itu industri game juga dapat menjadi instrument bagi sebuah Negara untuk meningkatkan soft diplomasi negaranya.

Pada tahun 2019 China berada pada peringkat 27 dalam indeks soft power 30. (The Soft Power 30, 2019) Melihat pentingnya soft power ini pemerintah China sejak tahun 2000-an telah berusaha meningkatkan peringkatnya dalam indeks soft power 30. sejak 2007, pemerintah China telah menginvestasikan miliaran dolar dalam berbagai sumber soft power seperti Olimpiade Beijing 2008, kantor berita global Xinhua, beasiswa

akademik untuk mahasiswa asing, sampai inisiatif untuk memberikan bantuan terutama di Afrika. (Celia, Nigel, 2019) upaya-upaya yang dilakukan pemerintah China ini tentunya bertujuan untuk meingkatkan Citra global China dimata dunia.

Tetapi apakah dengan upaya tersebut dapat menaikkan peringkat China dalam indeks soft diplomasi 30. Perlu diketahui Elcano Index mencatat bahwa lonjakan besar dalam indeks soft power China dari 91,4 poin pada 2000 menjadi 859,1 poin pada 2018 lebih didorong oleh informasi teknologi dan sains daripada budaya, olahraga, pendidikan antaupun kerjasama. (Celia, Nigel, 2019) industri game masuk dalam kategori teknologi sebagai pendorong bagi meningkatnya indeks soft diplomasi China tahun 2000-2018. Hal ini menandakan industri game sebagai bagian dari majunya teknologi dapat menjadi pendorong bagi soft diplomasi China dan sekaligus dapat menjadi pendorong bagi soft diplomasi China dalam kategori budaya mengingat dalam industri game saat ini budaya juga dapat dimasukkan kedalam unsur gamenya. Tentunya industri game dengan jumlah peminat yang sangat besar selain sebagai sumber soft diplomasi China, industri ini juga dapat menjadi instrument bagi China untuk meningkatkan perekonomiannya.

Mengingat China pernah mengalami penurunan dalam perekonomiannya disebabkan oleh menyebarnya Covid 19 dimana terdapat banyak industri-industri maupun perusahaan-perusahaan yang tutup dan juga banyak karyawan-karyawan yang di PHK akibat menyebarnya Covid tersebut. Negara ekonom terbesar kedua ini mengalami kontraksi hingga 6,8 persen dampak virus corona terhadap ekonomi China ini akan menjadi perhatian besar bagi Negara-negara lain disebabkan China merupakan kekuatan ekonomi dunia karena perannya sebagai konsumen utama serta penghasil barang dan jasa. (BBC NEWS, 2020) Industri game dapat menjadi solusi untuk masalah ini mengingat industri game merupakan salah satu industri yang sekarang ini sangat pesat pertumbuhannya dan sekaligus merupakan industri yang tidak terkena dampak dari menyebarnya Covid 19. Oleh karena itu

Industri game ini dapat menjadi soft diplomasi bagi China sekaligus dapat juga menjadi alat untuk meningkatkan perekonomian China.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif yaitu dengan menggambarkan peran e-sport dalam industri game menjadi strategi soft diplomasi untuk memperkuat pertumbuhan perekonomian China. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder. Data sekunder adalah data hasil yang diperoleh melalui penelusuran kepustakaan seperti buku-buku, jurnal, artikel, media ataupun berita dan sumber-sumber lain yang relevan. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah telaah pustaka atau library research.

Telaah pustaka ataupun library research merupakan pengumpulan data dengan cara menelusuri berbagai literature buku, jurnal, berita, skripsi dan situs internet dengan tujuan untuk memperoleh bahan atau data sehubungan dengan topik penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif. Teknik analisis data kualitatif berguna untuk meneliti data-data non matematis dan penggambaran berdasarkan fakta yang kemudian menarik kesimpulan sesuai dengan analisa data yang dilakukan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini menggunakan konsep Bisnis Internasional dan juga Transnasionalisme untuk mengetahui peran e-sport dalam industri game menjadi strategi soft diplomasi untuk memperkuat pertumbuhan perekonomian China.

A. Bisnis Internasional

Bisnis Internasional merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan antara dua Negara atau lebih, baik milik pemerintah maupun swasta. Lebih jauh lagi pengertian bisnis internasional telah banyak dikemukakan oleh para ahli diantaranya John D,

Daniels, 2013 : “Bisnis Internasional adalah sebuah kesatuan yang terdiri dari segala bentuk transaksi komersial yang dilakukan dua Negara atau lebih”. Rugman & Hodgetts, 1995 : “Bisnis Internasional adalah segala bentuk transaksi yang terjadi lintas batas Negara untuk memenuhi kebutuhan individu maupun organisasi. Griffin & Pustay (1996) : “Bisnis Internasional adalah setiap transaksi bisnis antar pihak yang berasal dari lebih dari satu negara yang merupakan bagian dari bisnis internasional”. (Andri, 2021)

Untuk memperbesar penjualan, bisnis internasional memungkinkan sebuah perusahaan untuk melakukan ekspansi dalam hal penjualan produknya, hal ini dikarenakan bisnis internasional memiliki pasar yang sangat luas, tidak terbatas pada Negara dimana perusahaan tersebut berada akan tetapi juga perusahaan dapat mengembangkan pasarnya ke luar negeri. Dengan pasar yang luas besar kemungkinan perusahaan dapat meningkatkan jumlah penjualan barang yang diproduksinya. (Kartawinata & Wardhana, 2014)

Saat ini industri game sedang menjadi tren di dunia, industri ini tumbuh dengan cepat seiring dengan berkembangnya inovasi teknologi digital. banyak Negara-negara maju maupun Negara-negara berkembang yang sedang membangun industri game dinegaranya masing-masing, berbeda dengan industri lainya industri game cenderung lebih tahan lama dipasaran mengingat alur cerita dari game tersebut ataupun permainan multiplayernya yang membuat orang-orang bisa bermain bersama membuat industri game ini semakin berkembang. Selain itu juga industri game ini didukung dengan usia jumlah peminat yang begitu luas dari yang mudah hingga yang tua. Potensi inilah yang membuat perusahaan-perusahaan game China sangat fokus kepada pada industri game tersebut.

China sendiri merupakan pasar terbesar bagi industri game dimana dengan jumlah lebih dari 603 juta gamer asal China pada tahun 2018. Angka pengguna yang sangat besar ini dapat dikapitalisasi dengan berbagai hal, mulai dari pembelian untuk

menggunakan item berbayar, iklan dalam gamenya, dan lainnya yang membuat industri ini terus tumbuh subur kedepannya. (Yohanes, 2018) tidak hanya puas sampai disitu China juga menargetkan agar game-game yang diproduksi dari negaranya bisa unggul dalam pasar internasional. Salah satu pasar yang ditargetkan China ialah pasar dikawasan Asia tenggara.

Industri gaming di China mempunyai pemasukan yang sangat besar. Pemasukan industri gaming di China sepanjang semester pertama 2020 mencapai 139 miliar yuan (sekitar Rp 294 triliun), naik 22 persen dari semester pertama 2019. Mobile game masih mendominasi pasar gaming China dengan pemasukan sebesar 104,6 miliar Yuan (sekitar Rp 221 triliun). Hal ini berarti, mobile game memberikan kontribusi sebesar 75.04 persen dari total pendapatan di industri gaming China (Ellavie, 2020) tentunya hal ini merupakan hal yang wajar dikarenakan sekarang ini game-game mobile lebih nyaman dimainkan daripada game PC dan juga game mobile praktis bisa dimainkan kapan saja dan dimana saja.

Selain dari itu ketika mewabahnya Covid-19 di China pada enam bulan pertama di 2020. Meskipun pandemic menyebabkan masalah bagi banyaknya sektor bisnis, industri game justru menjadi industri yang diuntungkan. Dikarenakan ketika pemerintah melakukan sistem lockdown banyak orang-orang yang memutuskan untuk mengisi hiburan dirumah masing-masing dengan bermain game online. Faktanya pada kuartar pertama 2020 meskipun sedang mewabahnya Covid-19, pendapatan industri game di China justru naik 30 persen.

Tentunya industri game ini bisa menjadi alat bagi pemerintah China dalam membawanya ke bisnis internasional dengan tujuan untuk menaikan lagi perekonomiannya yang sempat turun disebabkan oleh wabah Covid-19.

B. Transnationalisme

Transnasionalisme pertama kali muncul di abad ke 20 untuk menggambarkan cara pemahaman baru tentang hubungan antar kebudayaan. Ia adalah sebuah gerakan sosial yang tumbuh karena

meningkatnya interkoneksi antar manusia diseluruh permukaan bumi dan semakin mudarnya batas-batas Negara. Perkembangan telekomunikasi, khususnya internet. Migrasi penduduk dan terutama globalisasi menjadi pendorong perkembangan transnasionalisme ini.

Transnasionalisme adalah sebuah fenomena sosial yang terjadi karena semakin meluasnya hubungan dari segi hubungan ekonomi dan sosial. Batasan antara Negara satu dengan yang lain semakin tidak jelas, seakan-akan semua Negara tidak memiliki batasan. Menurut Thomas L. Friedman, globalisasi menjadi pendorong utama gerakan transnasionalisme adalah sistem dunia abad 21 yang menitikberatkan kepada integrasi dunia yang tidak mengenal sekat sama sekali. Selain penerapan konsep pasar bebas, runtuhnya tembok berlin dan munculnya internet merupakan tonggak penting bagi babak baru yang dinamakan globalisasi. (dosensosiologi.com, 2020)

MNC dan NGO telah menjadi agen transnasionalisme dalam perkembangan ekonomi politik kontemporer. Dampak globalisasi pada aktifitas transnasionalisme dalam sebuah perusahaan adalah dengan meningkatnya kecepatan transaksi yang melampaui batas Negara. Juga dorongan individu untuk saling terhubung dan aktifitas yang terjadi secara berulang mendorong actor seperti perusahaan untuk meningkatkan interaksi lintas batas Negara. (Hamonangan, 2020) Nye dan Keohane menggambarkan interaksi global sebagai sebuah gerakan informasi, uang, objek fisik, orang, atau benda yang berwujud atau tidak berwujud lainnya. Selain itu interaksi global telah membawa efek seperti: 1) interaksi transnasional dapat mendorong perubahan sikap yang mungkin memiliki konsekuensi terhadap kebijakan suatu Negara. 2) promosi pluralism internasional dengan terhubungnya suatu kelompok kepentingan domestik dalam struktur transnasional. 3) peningkatan hambatan pada Negara terlihat dengan munculnya “dependence” dan “interdependence”. 4) peningkatan kemampuan pemerintah tertentu untuk mempengaruhi yang lain. 5) munculnya aktor otonom dengan kebijakan luar negeri yang

bersifat privat dan mungkin tidak sejalan dengan kebijakan Negara. (Joseph s. Nye & Keohane, 1992)

Industri game yang merupakan hasil produk dari beberapa perusahaan game telah berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir ini. Bahkan dalam penyebarannya game telah menjangkau segala kalangan mulai dari yang tua hingga yang muda. Hal ini disebabkan game sekarang ini lebih menarik minat para pemainnya untuk mengisi hiburan dari pada menonton tayangan televisi maupun yang lainnya. China sendiri sekarang bisa dikatakan sebagai Negara yang sangat maju dalam industri game, hal ini disebabkan China memiliki beberapa perusahaan-perusahaan besar yang berkecimpung dalam dunia game sebut saja seperti Baidu, Alibaba dan Tencent. Dari ketiga perusahaan ini Tencent lah yang sangat terkemuka dalam mengembangkan aplikasi video games.

Tencent setidaknya memiliki dua game yang didistribusikan dan meraih penjualan tertinggi, yang pertama PlayerUnknown's Battleground atau yang lebih dikenal dengan PUBG Mobile, game ini telah menyumbang sekitar US\$ 232 juta. Tencent memiliki 11,5% saham dari Bluehole, perusahaan induk penerbit PUBG Mobile yakni PUBG Corporation. Kedua, Honor of Kings atau Arena of Valor yang menghasilkan sekitar US\$ 112 juta. Game ini diproduksi oleh anak usaha Tencent TiMi Studios. Saat ini Tencent memang menjadi perusahaan yang mencatatkan pendapatan terbesar dari game online. Berdasarkan data statista, pendapatan Tencent dari bisnis game selama 2019 mencapai 114,7 miliar yuan atau sekitar US\$ 16 miliar atau setara Rp 237 triliun. (Yuliawati, 2020) dalam pergerakannya tencent mengembangkan bisnisnya dalam industri game dengan cara berinvestasi atau membeli saham-saham perusahaan pembuat game besar baik perusahaan yang berlokasi di China maupun diluar China seperti Riot Games yang terkenal dengan game league of legendnya kemudian Epic games yang berasal dari California Utara dimana perusahaan ini terkenal dengan game Fortnitenya. Dan kemudia ad Supercell perusahaan ini dikenal dengan game Clash of clans

dan Clash Royalnya. Tencent dalam hal ini berperan sebagai aktor transnasionalisme dalam meningkatkan soft power serta perekonomian China, dilihat dari nama besarnya serta pergerakannya yang informal menandakan bahwa Tencent mempunyai peran yang cukup besar sebagai MNC dalam meningkatkan Citra China dimata dunia.

Keberhasilan aktifitas transnasionalisme di dukung juga oleh arus migrasi yang besar dan dukungan terhadap ketersediaan alat dalam hal ini perusahaan industri game sebagai pembuat game yan terus mengembangkan gamenya hingga ke tingkat game tersebut akan semakin mudah untuk diakses melalui smartphone dan akan terus disebarluaskan pemasarannya. (Chalaby, 2015) oleh karenanya keberhasilan industri game juga dapat dilihat dari bagaimana upaya transnasional yang dilakukan sebagai strategi bisnis dalam industri game.

Pertumbuhan perekonomian China terlihat dinamis namun progressnya berkembang secara significant. Distribusi barang dan jasa berkembang pesat dan perekonomiannya terdiversifikasi dan modernisir sehingga standar hidup rakyat china meningkat. Peneliti menemukan bahwa pemerintah China melibatkan kepentingan-kepentingan swasta dalam hal ini perusahaan multinasional juga memegang peranan penting dalam menguasai bisnis internasional.

Dahulunya ekonomi sebagai instrumen yang berbeda dengan diplomasi, dimana tidak perlu dijalankan langsung oleh pemerintah, namun seiring berjalannya waktu bahwa peran pemerintah dan pihak multinational corporation sangat dibutuhkan dalam menumbuhkembangkan perekonomian China. MNC yang bergerak di China menjadi actor transnasionalisme dalam pertumbuhan ekonomi kontemporer. Industri game di China meningkat pesat dengan jumlah pemain 666 juta pemain dengan mengeluarkan kurang lebih 445 yuan untuk bermain video game. Hal ini terlihat dengan perilaku China dalam mengembangkan pasar gamenya yang menguntungkan untuk masuk di pasar global (<https://www.statista.com/topics/4642/>)

[gaming-in-china/#editorsPicks](#)).

Saat ini, meskipun menghadapi tantangan regulasi dalam mempromosikan penggunaan e-sports, namun China tetap mempertahankan posisinya dalam industry game global dengan berhasil menempati 47 persen pendapatan game seluler global. Asosiasi Audio-Video dan Penerbitan Digital Tiongkok menjelaskan pada tahun 2023 pendapatan total pasar game domestik melewati RMB 300 miliar, mencapai RMB 302,96 miliar (US\$41,68 miliar) dengan pertumbuhan 13,95 persen dari tahun ke tahun.

Peneliti menemukan bahwa tingkat kepopuleran dan berkembangnya budaya game di China mendukung strategi soft diplomasinya dalam memperkuat pertumbuhan perekonomian China. Popularitas e-sports menjadi salah satu game kompetitif yang mempertandingkan pemainnya secara online. Pelaku ekonomi China juga memanfaatkan peluang digitalisasi global di semua bagian produk untuk mengembangkan efisiensi produksi. Seperti, Tencent Games melancarkan tujuh program di bulan Juni 2024, salah satunya Kerjasama pada teknologi game, pembuatan kembali bangunan bersejarah yang khas dan program pembelajaran robot yang inovatif secara digital. (China Briefing, Giulia Interesse: 2024)

PENUTUP

Kesimpulan dari teks tersebut adalah bahwa industri game di China telah menjadi salah satu motor utama dalam pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Dukungan dari perusahaan-perusahaan multinasional dan kebijakan pemerintah China dalam mengembangkan pasar game, termasuk melalui transnasionalisme dan strategi bisnis yang terintegrasi secara global, telah memainkan peran krusial. Pertumbuhan signifikan dalam jumlah pemain game, pengeluaran untuk game, dan pendapatan pasar game mencerminkan kesuksesan strategi ini.

Selain itu, penggunaan e-sports sebagai alat soft diplomacy juga diperkuat oleh popularitas dan pengaruh budaya game yang

semakin berkembang di China. Ini menunjukkan bahwa China tidak hanya mengambil peran penting dalam industri game global, tetapi juga memanfaatkan fenomena ini sebagai bagian dari strategi diplomasi lunak untuk memperkuat posisi ekonominya di panggung global.

Secara keseluruhan, integrasi antara industri game, teknologi digital, dan kebijakan ekonomi China mencerminkan evolusi peran transnasionalisme dalam pertumbuhan ekonomi modern, dengan dampak yang signifikan terhadap standar hidup dan diversifikasi ekonomi di China.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi Rustandi Kartawinata and Aditya Wardhana. 2014. *Bisnis Internasional*, 2-3.
- Direktorat Ekonomi Digital, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2021. *Peta Ekosistem Industri Game Indonesia 2020*, Halaman 1.
- Dosen Sosiologi.com. 2020. "Pengertian Transnasional, Ciri Jenis dan Contohnya." <https://dosensosiologi.com/transnasional/>.
- Hamonangan, I. 2020. "Pasar, Tata Kelola dan Hubungan Transnasional di Era Globalisasi dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Politik Dunia." *Jurnal Ketahanan Nasional*.
- Jean K. Chalaby. 2015. "From Internationalization to Transnationalization." *Global Media and Communication*: 28-33.
- Joseph S. Nye, Jr. 1990. "The Changing Nature of World Power." *Political Science Quarterly* 105 (2): 179.
- Joseph S. Nye, Jr. 1992. "Transnational Relations and World Politics: An Introduction." *International Organization* 46 (2): 329-349.
- Joseph S. Nye, Jr. 2008. "Public Diplomacy and Soft Power." *The*

ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 616 (1): 94-109.

Lai Lin Thomala. 2020. "China Online Gaming Market Size." Statista.

<https://www.statista.com/statistics/284942/market-volume-of-online-gaming-market-in-china/>. Accessed June 22, 2021.

Maxime Gomichon. 2013. "Joseph Nye on Soft Power." Jurnal.

Viviek Kumar Srivastava. 2013. "Soft Power and Soft Diplomacy: Nature, Comparison and Impact." Paper presented at the 7th Annual NNC Conference and PhD Course "The Power of Knowledge: Asia and the West," November 4-8, 2013, University of Southern Denmark, Campus Sonderborg.