

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Menurut Bodenheimer (1999:129), *online game* atau game daring merupakan suatu jenis program permainan yang memanfaatkan jaringan internet atau jaringan komputer yang dapat dimainkan kapanpun dan dimanapun secara bersamaan secara berkelompok di seluruh dunia dan suatu permainan menampilkan gambar-gambar yang menarik dengan dukungan komputer. Saat ini game daring tidak hanya tersedia sebagai layanan tambahan dari perusahaan penyedia jasa online, melainkan langsung melalui sistem yang disediakan oleh perusahaan pencipta game tersebut. Yang menarik dari game daring adalah para pemain dapat memainkan suatu game secara bersamaan, baik individu maupun kelompok, dimanapun dan kapanpun dengan perangkat yang didukung dengan koneksi internet.

Berdasarkan laporan yang dirilis oleh Newzoo.com, pada tahun 2019 ini pasar game global mencapai angka US\$152 miliar (Rp2,15 kuadriliun). Angka ini meningkat 9,6 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Indonesia merupakan salah satu pasar video game terbesar di Asia Pasifik, dengan angka mencapai US\$941 juta (Rp13 triliun). Sebesar 94% gamer yang membayar membelanjakan uang mereka untuk *in-game items* atau barang virtual dalam enam bulan terakhir. Pertumbuhan pasar game di wilayah Asia Pasifik merupakan yang tertinggi di dunia, dikarenakan Tiongkok dan India yang juga memiliki jumlah pemain video game dengan jumlah yang sangat besar (dilansir dari Techinasia.com).

Game yang awalnya bertujuan sebagai sarana penghibur diri sekarang berkembang menjadi sebuah bidang pekerjaan atau profesi. Itulah esports, yang dideskripsikan sebagai permainan video yang bersifat kompetitif. Esport berasal dari dua kata yang disingkat, yang mana kalau dipisah menghasilkan kata *electronic* dan *sport*. Jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia, kata-kata tersebut

berarti olahraga elektronik. Seperti halnya cabang olahraga konvensional, kedua bidang ini memiliki struktur dan tingkat pertandingan yang sama. Yang membedakan antara kedua atlet tersebut adalah esport tidak bertanding secara fisik atau tidak perlu bertatap muka, melainkan para atlet bertanding secara daring melalui perangkat masing-masing. Kemajuan esport di Indonesia terdukung berkat perkembangan infrastruktur, kemudahan akses terhadap teknologi dan juga organisasi yang mendukung industri ini. Salah satu organisasi yang menaungi esport di Indonesia adalah IESPA (Indonesia Esports Association). Organisasi ini bertanggung jawab dalam menyeleksi atlet dari seluruh penjuru Tanah Air untuk dilatih sebagai atlet esport nasional agar dapat bersaing di kompetisi skala internasional. Ditambah lagi era *smartphone* saat ini juga makin banyak game daring yang dapat dimainkan bersamaan dengan teman secara berkumpul ramai-ramai. Beberapa game *smartphone* yang sedang ramai yaitu *Mobile Legends*, *PUBG Mobile*, *Free Fire*, *Among Us*, dan masih banyak lagi.

Seiring berjalannya waktu, kompetisi esport mulai ramai di Indonesia. Banyak *event organizer* berlomba-lomba untuk menyelenggarakan kompetisi turnamen pada suatu game, bahkan tak jarang perusahaan besar atau startup *unicorn* seperti Telkomsel, Go-jek, Shopee, dan lain sebagainya juga ikut meramaikan kompetisi esport di Indonesia. Salah satu *publisher* game yang paling aktif mengembangkan ekosistem esport di Indonesia adalah Garena. Beberapa game rilisan Garena yang digarap cukup intensif dalam kompetisi esport di Tanah air ini yaitu *League of Legends*, *Free Fire*, dan *Arena of Valor*. Dikutip dari [hybrid.co.id](http://hybrid.co.id), dalam wawancaranya terhadap Wijaya Nugroho selaku *Business Development* Esports di Garena Indonesia, ia berpendapat bahwa Garena tak hanya sekedar memandang esport sebagai sarana *marketing* atau *branding* terhadap produk game tersebut. Esport juga merupakan salah satu sarana dari *publisher* atau *developer* game untuk melakukan timbal balik kepada komunitas game itu sendiri dan menjadikannya sebagai dorongan untuk mengembangkan ekosistem game tersebut. Beliau juga menambahkan bahwa untuk komunitas game itu sendiri, kompetisi esport secara otomatis membentuk jiwa yang loyal kepada para pemainnya untuk tergerak mengikuti berbagai macam pertandingan

di berbagai tingkat turnamen. Dengan terbentuknya jiwa yang loyal, juga akan menciptakan jiwa yang kompetitif untuk bisa membuat pemain tersebut terdorong untuk mengembangkan bakat dan minat masing-masing. Esport merupakan ruang untuk para pemain tersebut untuk berkembang.

MIX 360 Esports juga ikut berkomitmen untuk mengembangkan industri esport di Indonesia. Sebagai entitas bisnis, perusahaan ini kini telah menggarap berbagai inisiatif untuk mengembangkan ekosistem esport. Menurut studi yang dirilis oleh Niko Partners, sebuah perusahaan sekaligus mitra penelitian riset pasar dan konsultasi yang berspesialisasi dalam industri esport dan game di Asia Tenggara MIX, menunjukkan bahwa 41 persen dari 266 juta orang di Indonesia merupakan pemain game kasual *smartphone* atau *pc*. Sementara itu, pendapatan untuk game daring platform *smartphone* dan *PC* di Indonesia mencapai US\$606 juta pada tahun 2018. Pada tahun 2022 mendatang, diperkirakan nilai bisnisnya dapat mencapai hingga US\$ 1.156 juta. Berangkat dari fakta tersebut, MIX 360 Esport menjalankan beberapa usaha seperti pembinaan bibit-bibit atlet dan caster esport profesional, menyiapkan manajemen tim esport berkualitas, dan menciptakan event kompetisi IEL University Series, yang mana dari event ini mereka berharap dapat mempersiapkan calon atlet esport dari kalangan mahasiswa.

Layaknya pekerjaan konvensional, pemain game profesional juga mendapatkan gaji bulanan. Namun yang mengejutkan adalah gaji para pemain Mobile Legends Professional League Indonesia bahkan melampaui Upah Minimum Regional Jakarta. Esport telah menjadi industri bernilai triliunan rupiah. Pekerjaan di industri ini tak terbatas pada menjadi pemain profesional. Ada berbagai pilihan bidang pekerjaan lain yang bisa ditekuni, salah satunya adalah menjadi komentator atau bergabung dengan penyelenggara turnamen esport atau media esport. Pada Februari 2020, situs pekerjaan esports Hitmarker mengeluarkan laporan yang menyebutkan bahwa lowongan pekerjaan di esport naik 87 persen sepanjang 2019 jika dibandingkan dengan pada 2018. Seiring

dengan semakin populernya esport, semakin banyak pula orang yang tertarik untuk masuk esport.

Walaupun esport memiliki potensi yang besar, ekosistem yang baru berdiri di Indonesia ini masih mencari titik keseimbangannya. Ketidaktahuan masyarakat terhadap esport menjadi tantangan terbesar dalam membentuk fundamental dari ekosistem esport. Dilansir dari [hybrid.co.id](http://hybrid.co.id) dalam wawancaranya dengan Gisma Priayudha Assyidiq, caster esport Dota 2, menurutnya ia berharap pemerintah dapat memberikan bantuan untuk mengenalkan esport dan dunia gaming ke arah yang lebih baik sebagai industri agar dapat menghilangkan keresahan orang tua. Memang, industri esport di Indonesia saat ini masih berkembang, namun ada masalah lainnya yaitu kurangnya landasan hukum dan perpajakan soal esport. Hal ini yang membuat para atlet esport di Indonesia tidak memiliki standarisasi gaji yang paten serta keraguan kepada masyarakat untuk terjun ke bidang esport. Syarat utama untuk memajukan esport di Tanah Air adalah dengan mengubah paradigma tradisional dari para orangtua dan institusi pendidikan terhadap esport. Dengan demikian, setelah mereka memahami apa itu esport, mereka dapat turut mendukung pembinaan talenta berbakat di ranah esport. William Tjahyadi selaku wakil ketua umum IESPA juga menyampaikan bahwa kebanyakan orang tua, guru ataupun dosen selalu bertanya tentang prospek esport kedepannya untuk anak-anak mereka. Beliau menambahkan hal lain yang mereka takutkan adalah jika anak bermain game terus-menerus nantinya tidak memiliki kompetensi yang jelas.

Namun, para pelaku esport disini juga harus ikut andil untuk mengembangkan ekosistem esport di Indonesia. Selain dari menjalankan kompetisi suatu game, pengenalan terhadap industri esport kepada masyarakat seperti seminar, workshop atau bahkan job fair sangatlah krusial untuk lebih dapat mengurangi pandangan buruk terhadap industri ini. Salah satu contoh seminar tentang esport adalah IEL Campus Seminar. Acara ini merupakan salah satu rangkaian dari kompetisi IEL University Series 2019 lalu. Kegiatan ini berlokasi di Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Seminar bertajuk “Esports: Beyond Gaming” memberikan pengenalan dunia esport ke kalangan mahasiswa, mulai

dari sejarah perkembangan, bisnis dan tren esport serta peluang karir dan usaha yang hadir seiring pertumbuhan industri esport. Dalam seminar tersebut yang dikutip dari medcom.id, Harry Kartono selaku Chief Operational Officer MIX 360 Esport menyampaikan bahwa IEL Campus Seminar menjadi jalan bagi MIX 360 Esport untuk mengedukasikan berbagai peluang karir dan memberikan kesempatan bagi para pelajar untuk berkiprah di dunia esport, serta memberikan perspektif bahwa industri esport ini lebih dari sekedar game semata.

Dari fenomena diatas penulis mencoba membantu para pelaku esport di Indonesia untuk mengenalkan industri esport kepada masyarakat dengan cara merancang sebuah media komunikasi visual dengan sistem aktivasi event esport, terlebih kepada para remaja yang ingin mendalami bidang ini sebagai karir masa depan. Seperti yang diketahui dari fenomena diatas, industri esport di Indonesia sebenarnya berjalan cukup baik dan potensi untuk berkembang sangatlah besar. Namun, tanpa adanya media untuk mewadahi informasi terhadap event-event yang berkaitan dengan industri ini akan terasa sulit untuk mengenalkan esport kepada masyarakat. Diharapkan dengan perancangan media komunikasi visual ini dapat meyakinkan para remaja dan orang tua bahwa esport merupakan bidang karir yang layak ditekuni.

## **1.2 IDENTIFIKASI MASALAH**

1. Kurangnya pemahaman masyarakat Indonesia terhadap esport. Dari kurangnya pemahaman tersebut muncul keraguan terhadap industri ini, terutama bagi orang tua, guru atau dosen.
2. Kurangnya event untuk mengenalkan industri esport, seperti seminar, workshop atau job fair.

### **1.3 RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana mengenalkan industri esport sebagai bidang karir yang layak ditekuni?
2. Bagaimana menyampaikan informasi terhadap kegiatan aktivasi event esport seperti turnamen, seminar, workshop atau job fair?
3. Bagaimana merancang sebuah website untuk mewadahi kegiatan event esport?

### **1.4 RUANG LINGKUP**

Fokus dan batasan masalah dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Apa ?**

Ketidaktahuan masyarakat terhadap esport menjadi tantangan terbesar dalam membentuk ekosistemnya di Indonesia.

#### **1.4.2 Bagaimana ?**

Menyampaikan pesan melalui media komunikasi visual yang efektif agar dapat meyakini masyarakat dengan cara aktivasi event esport. Dari event ini diharapkan dapat mengedukasikan masyarakat bahwa esport merupakan industri yang layak ditekuni.

#### **1.4.3 Dimana ?**

Perancangan dilakukan di kota Bandung.

#### **1.4.4 Kapan ?**

Perancangan dilakukan mulai pada bulan September hingga November 2020.

#### **1.4.5 Siapa?**

Target audiens adalah remaja hingga dewasa muda dengan jarak umur 15 – 24 tahun

## **1.5 TUJUAN**

Adapun tujuan dari perancangan ini yaitu untuk meyakini masyarakat Indonesia bahwa potensi esport di Indonesia sebenarnya sangat besar untuk dapat maju melalui aktivasi event esport. Dengan pengenalan industri esport melalui media komunikasi visual ini diharapkan dapat meyakinkan bahwa esport merupakan bidang karir yang layak ditekuni.

## **1.6 METODE PERANCANGAN**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Untuk menyusun tugas akhir dibutuhkan data-data yang jelas, berikut adalah metode pengumpulan data yang penulis lakukan, yaitu melalui :

#### **1. Studi Dokumen**

Penulis melakukan pengumpulan data berupa artikel dan sumber pustaka.

#### **2. Observasi**

Pada tahap ini penulis mengumpulkan data dengan cara berbaur ke masyarakat khususnya di kota Bandung.

#### **3. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan untuk menggali informasi tentang hal yang berkaitan dengan topik dengan narasumber (Soerwadikoen,2019: 53). Untuk memperkuat data agar lebih akurat dan menguji kebenaran penelitian, penulis melakukan wawancara secara kualitatif dengan beberapa ahli seperti seorang desainer, penggiat esport, agar dapat mempelajari dan memahami penelitian yang sedang penulis kerjakan.

#### **4. Kuesioner**

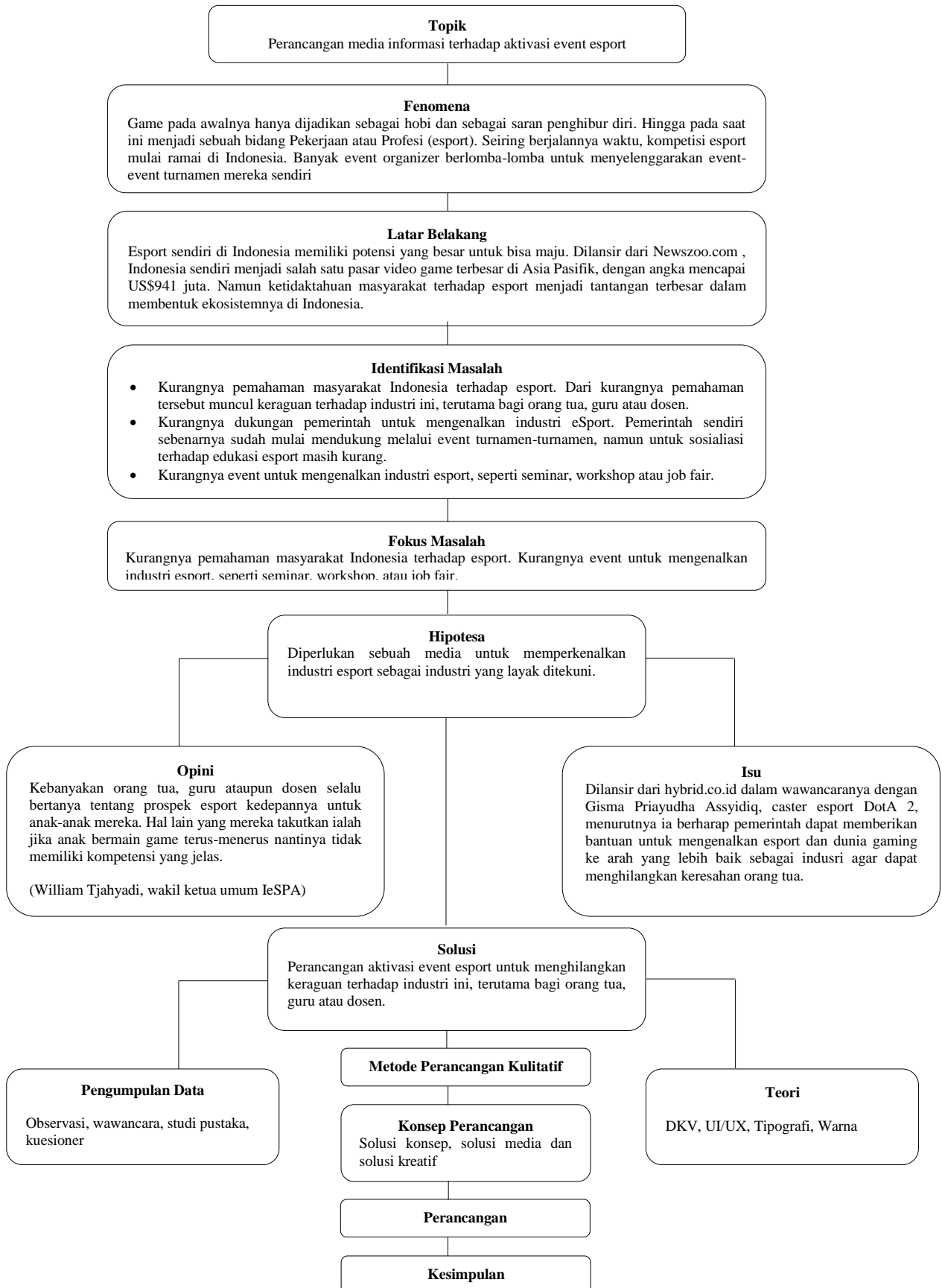
Kuesioner disusun dengan memberikan rangkaian pertanyaan dan asumsi tentang suatu topik (Soewardikoen, 2019: 61). Penulis menyebar fomulir kuesioner secara daring dan luring, dengan total responden yaitu 135 orang.

### 1.6.2 Metode Analisis Data

Metode yang penulis gunakan adalah metode kualitatif penelitian ini lebih bersifat analisis dan deskriptif. Metode ini lebih cenderung memanfaatkan landasan teori. Dalam penelitian kualitatif tidak berfokus kepada data namun memanfaatkan teori yang sudah ada sebagai penjelasan yang jelas.



## 1.7 KERANGKA PERANCANGAN



Tabel 1.1 Kerangka perancangan

## **1.8 SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB 1 Pendahuluan**

Di dalam bab ini berisikan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat, Metode Penelitian, Kerangka Penelitian dan Sistematika Penulisan untuk menyampaikan tujuan utama pembuatan laporan.

### **BAB 2 Landasan Teori**

Di dalam bab ini berisikan teori yang relevan dari hasil studi pustaka, jurnal, makalah dan kerangka teoritik dari para ahli sebagai dasar jawaban untuk rumusan masalah dan penelitian.

### **BAB 3 Data dan Analisis**

Di dalam bab ini berisikan data yang penulis lakukan dari hasil wawancara, observasi, dokumen, kuesioner dan analisis data.

### **BAB 4 Konsep Strategi dan Hasil Perancangan**

Di dalam bab ini berisikan penjelasan tentang perkiraan solusi berupa solusi konsep yaitu konsep perancangan ide, konsep pesan, konsep media, konsep kreatif dan konsep visual yang akan digunakan untuk membuat Tugas Akhir.

### **BAB 5 Penutup**

Di bab terakhir akan diisikan berupa kesimpulan, masukan dan saran.

### **Daftar Pustaka**

Berisikan sumber data yang diperoleh dari website, dokumen, jurnal, buku, dan majalah.