

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak tahun 2016 pertandingan Esport sudah populer di masyarakat Indonesia. Hal ini didukung dengan pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat di bidang *video game* dan pergeseran generasi. Persaingan pasar dalam bidang *video game* yang sangat kompetitif melahirkan komunitas yang sangat fanatik dan tersegmentasi oleh berbagai *video game* yang ada. Permainan Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) dan Point Blank (PB) adalah pertandingan Esport yang sangat dominan di Indonesia baik pertandingan resmi oleh pengembang *game* tersebut maupun pertandingan yang diadakan oleh komunitas dan organisasi lain.

Esport adalah permainan multiplayer yang dimainkan secara kompetitif untuk penonton, biasanya dilakukan oleh pemain profesional. Menurut Michael G Wagner, tidak ada definisi yang diterima dari istilah “Esport” sama sekali. Seringkali dianggap sama dengan “Game Profesional”, cara bermain *game* dengan kompetitif dalam *video game* pada pengaturan profesional (Wagner, 2006:3). Kompetisi *video game* paling awal diadakan pada 19 Oktober 1972. Universitas Stanford terkenal dengan menyelenggarakan turnamen Spacewar dan mengundang mahasiswa untuk mengikuti “Intergalactic Spacewar Olympics” yang berhadiah utama berlangganan majalah Rolling Stone selama setahun (Hiltscher, 2015:9). Tuntutan seorang gamer profesional mungkin bisa disamakan dengan atlet olahraga, seperti sepakbola Amerika dan basket, membutuhkan latihan mental dan fisik walaupun difasilitasi oleh sistem elektronik sebagai tuntutan praktek profesional. Hari ini, negara di seluruh dunia mengakui bahwa Esport adalah praktek profesional, mengadakan turnamen dengan cara yang serupa dengan pertandingan olahraga (Stein & Scholz, 2014:623). Signifikan mayoritas menganggap Esport lebih menarik untuk ditonton, lebih mengasyikan dan lebih menyenangkan dibandingkan pertandingan tradisional (Franke, 2015:134). Motorsport bukanlah hal yang asing untuk Esport, dalam berbagai judul kompetisi awal simulasi balapan online termasuk iRacing, Project Cars dan rFactor. Dalam hal pengaplikasian dunia nyata, Nissan GT Academy sudah memakai simulasi

balapan untuk mencari gamer bertalenta untuk dijadikan pembalap “sungguhan” sejak tahun 2008, walaupun dengan hasil yang beragam (Saward, 2017; Rogers, 2019:158).

Esport adalah industri baru yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Pada bulan Juni 2020, jumlah penonton pertandingan final MLBB antara tim RRQ Hoshi melawan EVOS Legend mencapai 2 juta penonton. Dengan skala penonton yang sangat banyak mendatangkan peluang ekonomi yang sangat besar. Pertandingan Esport pada *game* balapan bukan hal yang asing di Indonesia. Pada tahun 2016 Sony Interactive Entertainment berkolaborasi dengan Nissan mengadakan GT Academy di Indonesia. GT Academy adalah kompetisi Esport balapan dengan konsep virtual to reality untuk mencari talenta dan membuat peserta menjadi pembalap sungguhan. Partisipan GT Academy mencapai lebih dari 15.000 orang. Pada tahun 2019 dominasi Esport MLBB dan PB membuka peluang kepada *game* Esport lain untuk memperkenalkan kejuaraannya pada *gamer* di Indonesia. Balapan adalah salah satu genre yang mempunyai potensi besar jika dilihat dari acara yang pernah diadakan sebelumnya.

Game balapan terbagi menjadi dua: *Arcade Racing* dan *Simulation Racing*. Permainan *Arcade Racing* selalu lebih populer daripada *Simulation Racing* sejak dahulu pada era PlayStation 2 (2004) dengan game Need For Speed. Pada tahun 2021 *game* balapan yang paling populer di Indonesia adalah Forza Horizon yang merupakan permainan *Arcade Racing*. Bahkan *content creator* ternama asal Indonesia seperti Muhammad Rasyid, Windah Basudara, dan Afrizal Ha rutin membuat konten Forza Horizon yang ditonton oleh 50.000 sampai 500.000 penonton. Maka dari itu pertandingan Esport *Simulation Racing* cenderung tidak populer di Indonesia.

Komunitas Forza Indonesia (FID) aktif menyelenggarakan acara balapan sejak tahun 2018. Kegiatan tersebut menarik perhatian pemain Forza di Indonesia. Tercatat anggota Komunitas Forza Indonesia di Discord mencapai 997 orang dan di Facebook mencapai 3000 orang. Pada tahun 2019, siaran pertandingan Esport pertama yang ditayangkan oleh FID adalah perlombaan Esport Forza Motorsport, permainan *Simulation Racing* bukan Forza Horizon yang merupakan permainan *Arcade Racing*. Penyiaran tersebut hanya disaksikan oleh 109 penonton.

Sejak tahun 2019 FID hanya rutin menyelenggarakan event untuk game Forza Horizon, tetapi event tersebut tidak dipromosikan secara maksimal. Menurut narasumber, desain untuk promosi dibuat seadanya hanya demi memenuhi kebutuhan media sosial dengan cepat. Penggayaannya seringkali berbeda-beda pada setiap unggahan yang dibuat oleh FID. Tidak adanya sistem desain yang padu mengakibatkan hasil desain yang tidak maksimal. *Awareness* pada masyarakat pun tidak terbentuk. Masyarakat belum mengetahui FID mengadakan turnamen untuk *game* Forza Horizon.

Berdasarkan fenomena diatas, Esport balapan arcade Forza Horizon mempunyai potensi yang besar. Game ini adalah permainan *Arcade Racing* yang menarik untuk penggemar permainan balap, tetapi masyarakat masih beranggapan bahwa Esport balapan yang diadakan oleh Forza Indonesia (FID) adalah *Simulation Racing* bukan *Arcade Racing*. Maka dari itu diperlukan promosi bagi *event* turnamen Forza Indonesia untuk merubah persepsi tersebut sehingga saya tertarik untuk membuat tugas akhir berjudul “Media Promosi Untuk Turnamen Komunitas Forza Horizon” yang diharapkan membuat pertandingan yang diadakan oleh FID menjadi lebih ramai penonton.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari pemaparan di atas, dapat diidentifikasi permasalahan:

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang jenis pertandingan yang diselenggarakan oleh Forza Indonesia karena masyarakat masih menganggap pertandingan tersebut adalah pertandingan *Simulation Racing* bukan pertandingan *Arcade Racing*.
2. Media yang telah dibuat sebelumnya oleh Forza Indonesia untuk promosi belum efektif dan maksimal.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media promosi yang efektif untuk meningkatkan *awareness* sehingga khalayak berminat untuk menonton turnamen yang diselenggarakan Forza Indonesia?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam kaitannya dengan program studi Manajemen Desain Komunikasi Visual, maka bahasan yang akan dibahas dalam proposal ini adalah:

1. What : Pertandingan Esport Forza Horizon
2. Where: Di Indonesia
3. (Who : Penggemar Esport dan permainan balap.
4. (When) 10 Oktober 2021 sampai -
5. (Why) Pemain Forza Horizon di Indonesia jumlahnya banyak tetapi siaran langsung pertandingan Esportnya sangat sepi.
6. (How) Merancang promosi dengan membuat media dan aset visual yang sesuai dengan *gamer* balapan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan pemaparan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk membuat media promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan menarik minat khalayak untuk menonton turnamen yang diselenggarakan Forza Indonesia.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, kuisisioner, dan studi pustaka.

a. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap unsur fenomena yang muncul pada objek penelitian dan dilakukan pencatatan secara sistematis (Widoyoko, 2014:46). Dalam penelitian ini dilakukan observasi dengan mengamati kegiatan FID secara langsung.

b. Metode Wawancara

Wawancara adalah perbincangan yang dilakukan dengan narasumber untuk mendapatkan informasi dan data yang tidak bisa didapatkan atau diamati secara langsung oleh peneliti (Seowardikoen, 2019:53). Dilakukan wawancara dengan pendiri dan pengurus FID untuk mendapatkan data dari perspektif penyelenggara yang tidak mungkin didapat dengan mengamati.

c. Metode Kuisisioner

Kuisisioner adalah metode pengumpulan data dengan memberi pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2010:199). Kuisisioner dibagikan kepada anggota komunitas dan juga komunitas *gamer* secara umum untuk mendapatkan data khalayak.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan mempelajari karya tulis seperti buku, literatur, catatan dan laporan yang berkaitan dengan objek penelitian sebagai cara pengumpulan data (Nazir, 1998:111). Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan teori yang relevan demi melancarkan arah penelitian.

1.5.2 Analisis

a. Analisis visual

Menganalisa konten visual dengan tahapan menguraikan dan menginterpretasi gambar.

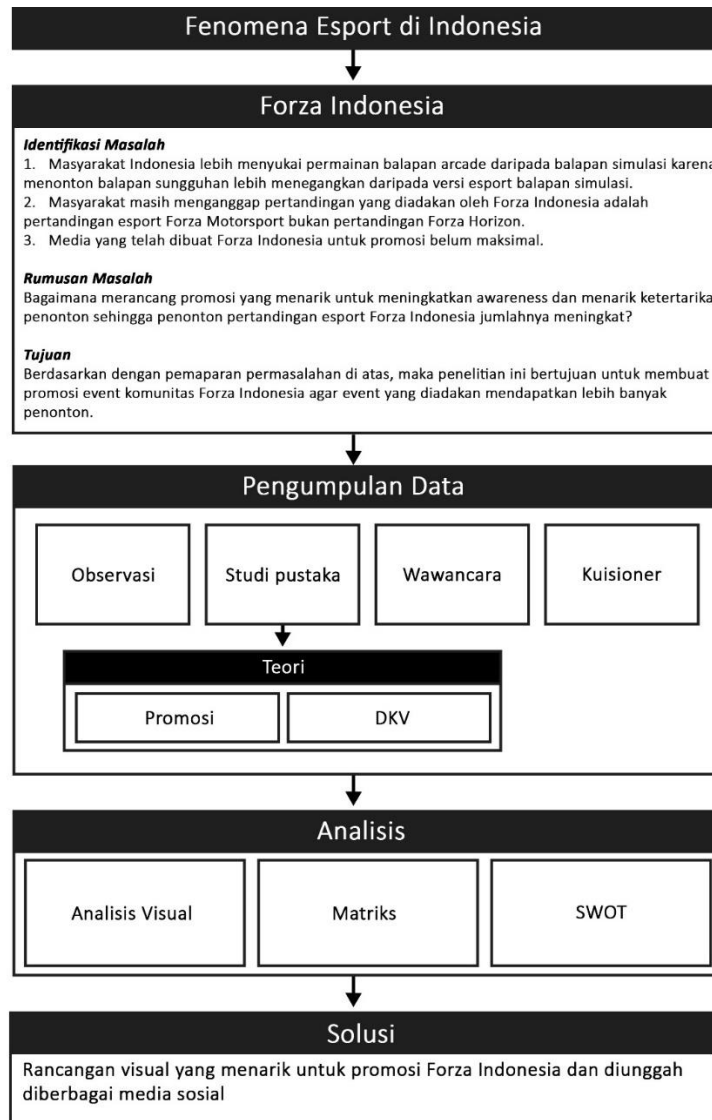
b. Analisis Matriks

Menganalisa dengan perbandingan kumpulan informasi.

c. Analisis SWOT

Menganalisa dengan memperhitungkan faktor internal dan eksternal objek penelitian

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

1.7 Pembabakan

Penyusunan proposal ini disusun dalam 4 bab beserta daftar pustaka dan lampiran, diantaranya:

a. Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan, metode penelitian, kerangka penelitian dan pembabakan

b. Bab 2 Landasan Teori

Pada bab ini dijelaskan pernyataan dan teori yang berhubungan dengan penelitian.

c. Bab 3 Uraian Hasil Survei dan Analisis

Pada bab ini ditunjukkan data objektif yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

d. Bab 4 Penutup

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dan saran dari pembahasan yang telah diuraikan.

e. Daftar Pustaka

Pada bagian ini disusun sumber seperti buku, jurnal, dan karya tulis lainnya yang dipaikan sebagai referensi.

f. Lampiran

Pada bagian ini akan dilampirkan dokumen tambahan.