

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi, olahraga yang biasa kita temui melakukan sebuah aktivitas fisik dengan menggerakkan semua anggota tubuh, tetapi di era sekarang ada olahraga baru dengan nama olahraga elektronik (*esports*). Olahraga elektronik (*esports*) adalah olahraga yang semuanya di fasilitasi oleh sistem elektronik. Berarti dengan kata lain pengertian dari *esports* adalah sebuah cabang olahraga yang ketika bertanding tidak melakukan kontak fisik antar pemain tetapi lebih mementingkan sebuah strategi serta olahraga ini dipertandingkan secara online melalui sebuah *console*, olahraga ini mempunyai fleksibilitas yang sangat tinggi, karena olahraga ini tidak harus mempertemukan kedua belah team, mereka hanya bertemu didalam sebuah game.

Pada saat berkembangnya *esports* banyak hal yang menjadi kontroversial seperti banyak pihak yang menilai *esports* hanya bermain game saja, tidak termasuk dalam olahraga pada umumnya. Namun, ada beberapa faktor yang dapat mendukung bahwa *esports* adalah olahraga. Pertama kompetitif, salah satu alasan *esports* terbilang olahraga karena adanya suatu Kompetisi yang akan menghasilkan *team* atau individu yang terbaik dalam suatu perlombaan. Di dalam perlombaan *esports* sama seperti olahraga lainnya mempunyai alat ukur untuk mencapai suatu kemenangan dalam suatu perlombaan yaitu biasa disebut skor ataupun poin. Kompetisi *esports* juga sama seperti layaknya olahraga pada umumnya yaitu

banyak jenis *game* yang dapat diperlombakan, bisa *solo player* ataupun dengan *team*.

Kedua kesiapan mental dan fisik, didalam suatu olahraga termasuk *esports* harus mempunyai kesiapan mental dan fisik yang baik jika ingin berpartisipasi dalam sebuah perlombaan, dalam melatih mental setiap pemain harus mempunyai kebugaran fisik yang baik dengan cara berolahraga, jika mempunyai kebugaran fisik yang buruk maka akan mempengaruhi performa di dalam pertandingan sebuah *game*.

Ketiga keahlian yang harus terus dilatih, jika suatu olahraga harus mengasah keahlian mereka untuk mendapatkan hasil yang memuaskan, begitu juga sama dengan *esports*, kedua hal tersebut mempunyai hal yang sama tergantung pada olahraga apa yang ditekuni.

Keempat olahraga *esports* membutuhkan sebuah aturan dalam sebuah pertandingan, sebuah pertandingan akan ditentukan sebuah peraturan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak sebelum melakukan sebuah perlombaan. Kesepakatan itu akan dijadikan sebuah regulasi dalam suatu perlombaan, jika salah satu pihak melanggar suatu peraturan yang telah disetujui maka pihak tersebut akan dijatuhkan sebuah pinalti atau hukuman. Aturan tersebut dibuat untuk mendukung sebuah nilai sportifitas dan kejujuran.



Gambar 1. 1 Jenis games yang dipertandingkan di esports

Sumber : techartes.com

Pada gambar 1.1 menjelaskan jenis *games* yang dapat dipertandingkan dalam perlombaan *esports*, pertama *fighting game*, definisi dari *fighting game* adalah sebuah *action game* yang menggunakan sebuah karakter untuk saling menyerang, permainan ini mempunyai sebuah fitur untuk menggerakkan sebuah karakter agar menghasilkan gerakan yang baik maka harus menekan tombol urutan dengan cepat, jenis game ini hanya bisa dilihat dalam satu sisi saja serta game ini hanya bisa dimainkan oleh 2 orang saja, cara bermain game ini sangat mudah karena setiap pemain harus memilih 1 karakter utama serta dalam menentukan sebuah pemenang pemain harus menghabiskan *health point* musuhnya terlebih dahulu. contoh *fighting games* yang telah dijadikan *game esports* seperti *Street Fighter* dan *Tekken 7*.

Kedua *first person shooters*, salah satu jenis *game* yang menggunakan pandangan orang pertama, orang yang memainkan *game* ini seolah menjadikan karakter utama yang selalu mengandalkan permainan senjata dan alat tempur. Genre *game* ini lebih mudah dikenali oleh para pemain dikarenakan *game* ini selalu mengandalkan suatu senjata atau alat tempur didalam *game* yang dimainkan. Di dalam sebuah *game first person shooters* terdapat dua mode visibilitas antara lain TPP (*third person perspective*) adalah sebuah mode visibilitas yang mana seorang pemain dapat melihat karakter yang sedang dimainkan dalam bentuk tampilan orang ketiga, pemain yang memainkan mode ini dapat melihat karakternya dalam bergerak, menembah serta pada saat bermain memiliki visibilitas yang luas, untuk FPP (*first person perspective*) adalah sebuah mode visibilitas yang menggunakan sudut pandang orang pertama, mensimulasikan bahwa sudut pandang berdasarkan mata karakter yang dimainkan. Dalam mode ini mempunyai jangkauan visibilitas yang terbatas. Contoh *game* FPP (*first person shooters*) yang telah memasuki ranah *esports* seperti *Player Unknwon's Battleground*, *Apex Legends*, *Fortnite* dan sebagainya.

Ketiga RTS (*real time strategy*) adalah *game* yang dapat dimainkan secara bersamaan dengan mengontrol unit unit yang pemain miliki , *game* ini dapat melakukan pertahanan serta melakukan penyerangan dengan tujuan menghancurkan markas musuh. *Game* RTS (*real time strategy*) yang telah memasuki ranah *esports* adalah *Starcraft II*.

Keempat MOBA (*multiplayer online battle arena*) game yang memiliki sistem pertarungan didalam sebuah arena dengan pemain 5 vs 5, dalam game ini *strategy* sangatlah penting karena didalam satu tim mempunyai peranan yang berbeda beda dalam pemilihan karakter utama. Ketentuan game ini adalah setiap *team* harus menghancurkan sebuah bangunan utama musuh, jika salah satu *team* telah menghancurkan bangunan utama musuh lebih dulu maka team tersebut berhak menjadi pemenang didalam game MOBA (*multiplayer online battle arena*). Terdapat tiga *lane* didalam game ini, *lane* atas, *lane* tengah, dan *lane* bawah, khusus *lane* tengah setiap tim hanya mengirimkan 1 pemain untuk bertarung diarena, untuk *lane* atas dan bawah bersifat fluktuatif, tergantung *strategy* dari tim masing masing. Game MOBA (*multiplayer online battle arena*) yang sudah memasuki ranah *esports* adalah *Dota2*, *League of Legends*, *Mobile Legend*, *Arena of Valor*, dan sebagainya.

Kelima *Sport game* , *genre game* yang mensimulasikan olahraga didalam dunia *virtual*, tidak ada perbedaan *Sport game* dengan olahraga pada umumnya hanya membedakan *virtual* dengan nyata saja. Di dalam peraturan game ini, mempunyai kesamaan dengan olahraga konvensional. *Sport game* yang sudah memasuki dunia *esports* adalah *Pro Evolution Soccer*, *National Basketball Association 2020*, *FIFA2020* dan sebagainya.

Keenam *Racing game*, pada permainan ini memiliki *genre* balapan otomotif seperti motor atau mobil, ketentuan dalam game ini adalah yang mencapai garis *finish* pertama ia akan menjadi pemenangnya. *Racing Game* yang sudah memasuki ranah *esports* adalah *iRacing*.



Gambar 1. 2 International esports federation

Sumber : ie-sf.org

Dalam sebuah olahraga pasti mempunyai sebuah namanya federasi yang resmi dan di akui oleh berbagai negara, oleh karena itu *esports* mempunyai federasi yaitu IESF (*International Esports Federation*), tujuan didirikan IESF untuk memajukan *esports* di kancah dunia secara konsisten agar *esport* dapat di akui oleh dunia bahwa *esport* adalah sebuah olahraga elektronik. IESF juga mempunyai anggota sebanyak 48 negara, federasi ini mempunyai kekuatan penuh untuk *esports* karena telah didukung oleh banyak negara,

IESF menciptakan ekosistem *esports* yang baik seperti membuat regulasi tentang pertandingan *game esports* di dunia, mempunyai wasit standar international agar terciptanya suasana sportifitas dalam pertandingan *game esports*, tidak hanya itu saja federasi ini membuat sebuah regulasi tentang perlombaan skala international, regulasi sponsorship, dan membuat suatu perlombaan skala international, agar ekosistem *esports* di dunia tetap terjaga serta meluasnya anggota IESF di dunia.

IESF merupakan federasi pertama di dunia yang mendeklarasikan tentang *esports*. Setiap anggota IESF mempunyai peran, yaitu memberikan edukasi tentang *esports* di negara masing-masing, menciptakan *pro player* untuk di persiapkan untuk perlombaan tingkat dunia, membuat komunitas untuk para *player esports*, dan harus memperhatikan regenerasi *pro player*.



Gambar 1. 3 Indonesia Esports Association

Sumber : iespa.or.id

Di Indonesia mempunyai federasi yang merupakan anggota IESF yaitu IESPA (*Indonesia Esports Association*), federasi ini di dukung oleh kementerian pemuda dan olahraga (kemenpora) agar dapat membina serta memajukan olahraga digital di Indonesia, IESPA merupakan anggota KONI (komite olahraga nasional Indonesia), berarti federasi ini resmi diakui oleh pemerintah dan mempunyai badan hokum tentang peraturan *esports* di Indonesia.

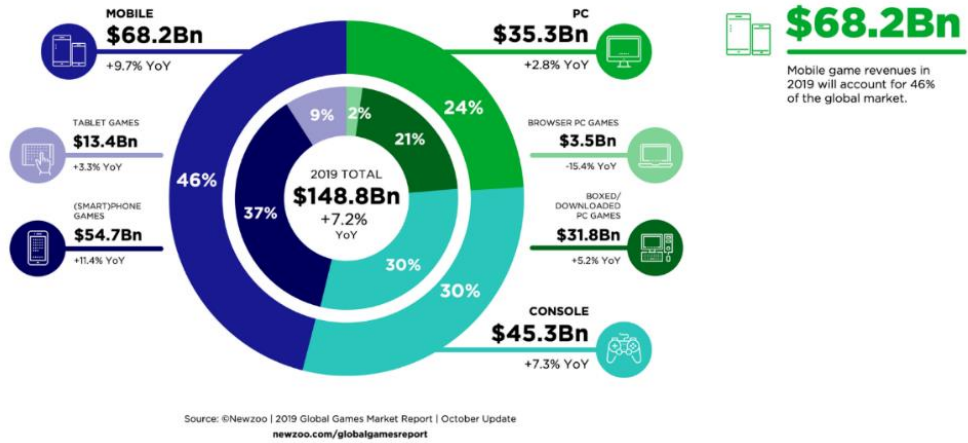
Seiring berkembangnya zaman, *esports* semakin menunjukkan bahwa ia memiliki sebuah potensi untuk perekonomian suatu negara, karena *esports* tidak hanya memikirkan ekosistem untuk pemain profesional saja, ia juga mengembangkan beberapa aspek yang dapat dijadikan profesi atau mata pencarian utama, untuk mata pencarian utama selain menjadi pemain profesional yaitu membuat *event organizer*, menggeluti *entertainment* di *esports*, mendirikan sebuah komunitas serta menjadikan dirinya sebagai *community manager* untuk suatu *game esports*. Pada tahap perkembangannya *esports* mulai di akui oleh banyak negara di dunia, bahwa *esports* dapat memberikan dampak positif bagi negara yang mengembangkan *esports* itu sendiri.

Awal mula *esports* mulai di akui sejak *Asian Games 2018* memasukan *esports* sebagai *demonstration event* dalam acaranya, nama *esports* semakin meningkat dan *esports* dijadikan salah satu cabang olahraga pada *Sea Games 2019* pada tahun lalu serta perolehan medali di akui dalam perhitungan total medali, berbeda dengan *Asian Games* hanya *demonstration event* saja. Sejak saat itu *esports* membuka para mata orang tua bahwa stigma bermain *game* adalah buruk ternyata salah, bahwa *esports* dapat membawa anaknya menjadi *professional player* serta bisa mengharumkan nama bangsa dan negara.



2019 GLOBAL GAMES MARKET

PER DEVICE & SEGMENT WITH YEAR-ON-YEAR GROWTH RATES

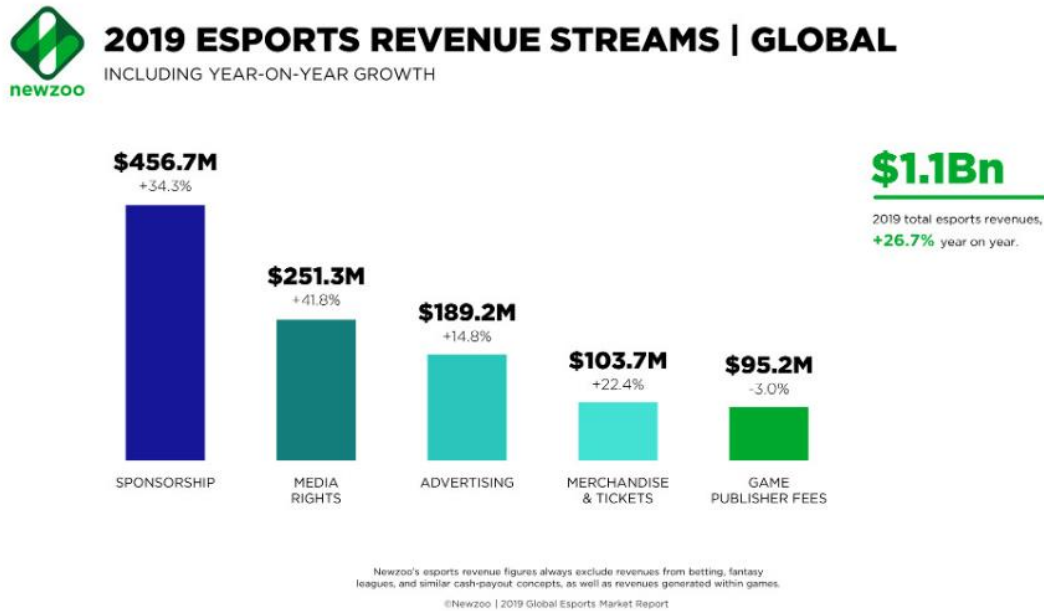


Gambar 1. 4 Global Games Market 2019

Sumber : newzoo

Pada gambar 1.4 menunjukkan bahwa *global games market* memberikan peningkatan yang signifikan, angkanya sudah mencapai miliaran dollar amerika, dalam pertumbuhannya *global games market* pada 2019 tumbuh sekitar 7,2 persen, di dalam *global games market* terbagi oleh beberapa segment yaitu *mobile games*, *tablet games*, *smartphone games*, *PC games*, *browser PC games*, *downloaded PC games*, dan *console* . Di dalam beberapa jenis games, segment *mobile games* merupakan penyumbang terbesar dalam *global games market* yaitu sebesar 68,2 milliar dollar amerika. Disini menunjukkan bahwa ranah *esports* memiliki potensi

yang sangat jelas bisa dilihat dari perkembangan *games market* di dunia, karena *esports* menjadikan *game* sebagai media untuk melakukan sebuah pertandingan.

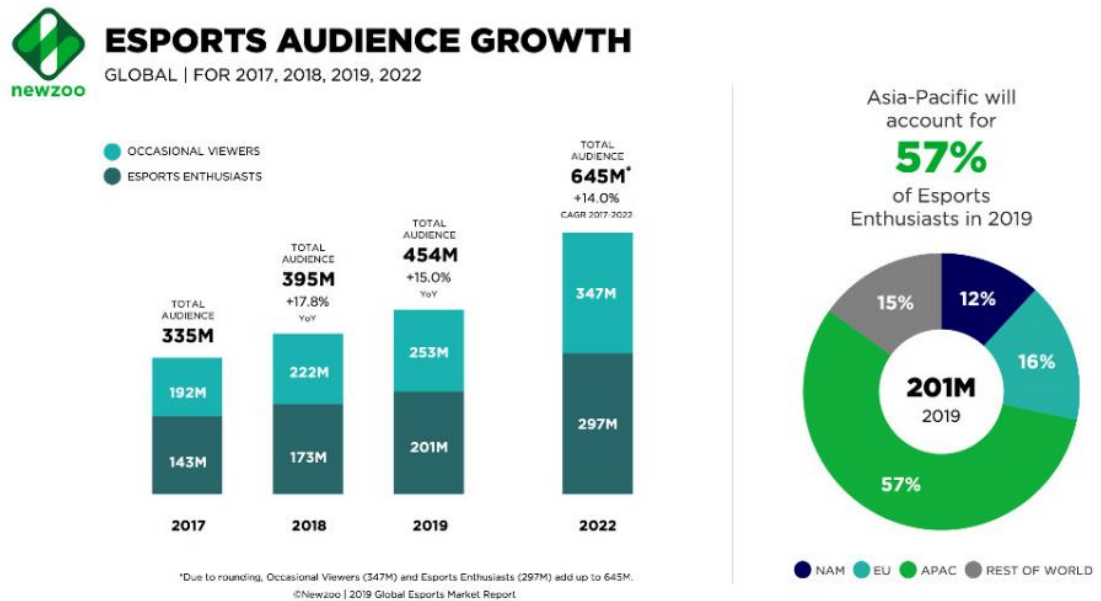


Gambar 1. 5 *Esports Revenue Streams Global 2019*

Sumber : *newzoo*

Pada gambar 1.5 menjelaskan tentang pendapatan *esports* secara global, industri *esports* akan selalu tumbuh, melakukan sebuah inovasi serta membuka para mata investor agar mau menaruh dana untuk berinvestasi di dunia *esports*. Sebuah angka fantastis yaitu *esports* mencapai US\$ 1,1 miliar jika di rupiahkan akan menjadi Rp.15,4 triliun rupiah, *revenue* ini naik 26,7% lebih tinggi di bandingkan dengan tahun 2018. Angka yang paling tertinggi yaitu pada *Sponsorship* sekitar \$US 456,7 juta naik sekitar 34,3% dari tahun 2018 dan urutan selanjutnya adalah hak siar media sebesar \$US 251,3 juta naik sekitar 41,8% dari tahun 2018, sisanya mengikuti seperti pemasangan iklan, *merchandise*, penjualan tiket dan *game publisher fees*. Untuk tahun 2019 hak siar media paling naik secara signifikan, ini

menunjukkan bahwa semakin banyak sebuah perusahaan membeli hak siar media berarti semakin banyak pecinta *esports* di berbagai belahan dunia yang ingin melihat secara langsung pertandingan *esports*.

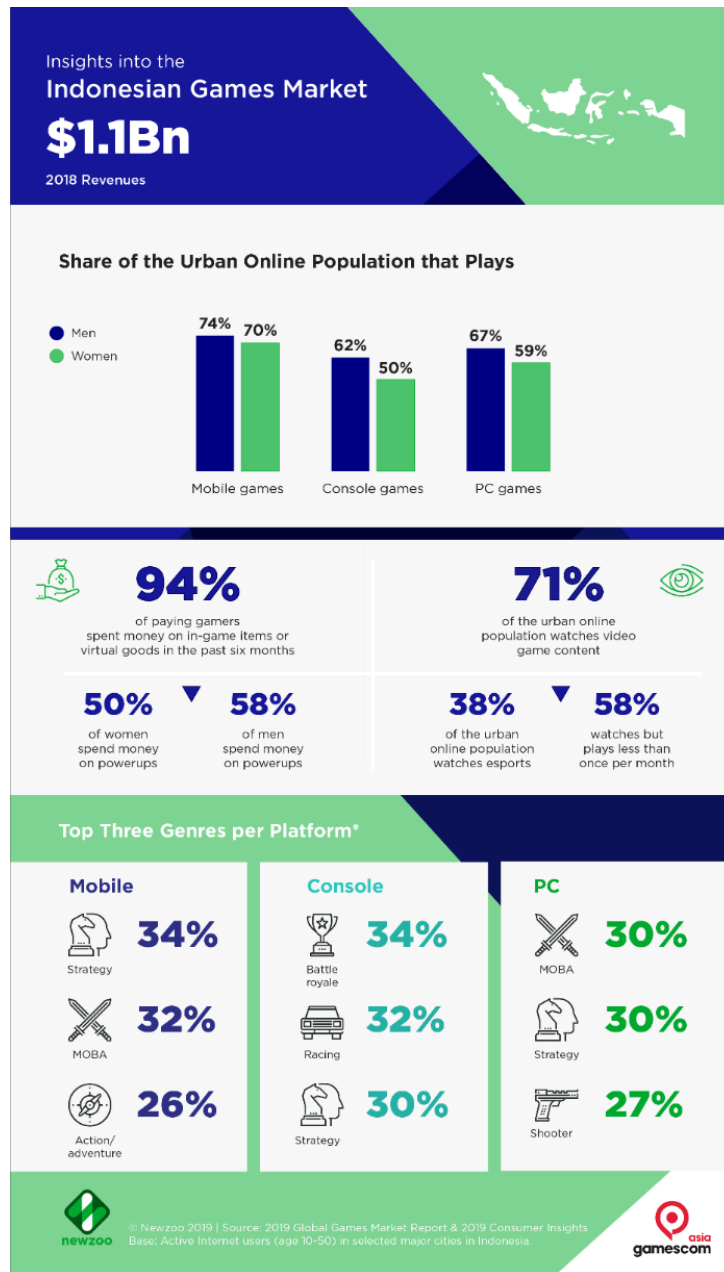


Gambar 1. 6 Esports Audience Growth

Sumber : newzoo

Data yang dikeluarkan oleh *Newzoo* bahwa pada tahun 2019 *esports audience* akan mengalami kenaikan 15% dari tahun 2018 yaitu sekitar 454 juta *audience*, di dalam total keseluruhan *audience* dapat dibagi oleh 2 kategori seperti *esports enthusiast* dan *occasional viewers* , *esports enthusiasts* dapat di artikan sebagai penggemar berat dunia *esports*, kalau *occasional viewers* adalah orang yang hanya menonton pertandingan *esports* tidak terlalu sering. Pada tahun 2019 terdapat 201 juta *audience esports enthusiasts* dan 253 juta *audience occasional viewers* dan

57% audience esports berasal dari Asia Pacific. Data ini membuktikan bahwa esports sangat di gemari oleh banyak orang.



Gambar 1. 7 Insight esports Indonesia 2018

Sumber : newzoo

Perkembangan *esports* di Indonesia sangat signifikan di sertai dukungan langsung dari Presiden Indonesia yaitu Ir. H. Joko Widodo. Piala Presiden dengan cabang olahraga elektronik yang telah di setuju oleh bapak presiden Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia serius dalam meningkatkan kualitas pemain *esports* agar bisa mendapatkan hasil di jenjang yang lebih tinggi lagi seperti *Sea Games*, *Asian Games*, dan *Olimpiade* dunia. Pada gambar 1.7 menunjukkan *Games Market* yang ada di Indonesia mencapai US\$ 1,1 millar, dapat di katakan Indonesia merupakan pasar yang sangat besar untuk *games* yang akan dijadikan *esports*.

Data tersebut menunjukkan ada 3 kategori media *games* yang dapat di mainkan seperti *mobile games*, *console games*, dan *PC (personal computer) games*, pada data tersebut terbilang bahwa *mobile games* paling di sukai oleh masyarakat, untuk pria 74% dan wanita 70%, pada posisi kedua yaitu *PC games* untuk pria 67% dan wanita 59% dan urutan terakhir adalah *console games* 62% pria dan 50% pria, angka persentase itu diambil pada populasi Indonesia yang tinggal di perkotaan.

Di dalam data yang dikeluarkan oleh *Newzoo* bahwa masyarakat Indonesia yang bermain *game* 94% mengeluarkan uang untuk membeli *item in-game* dalam kurun waktu 6 bulan. Untuk populasi *gamers* Indonesia yang tinggal di perkotaan 71% menonton konten tentang *game*. Terdapat 3 *genre game* dari setiap media *games* yang paling sering dimainkan oleh masyarakat Indonesia, untuk *mobile*, urutan pertama *genre strategy* 34%, kedua *MOBA* 32%, dan *action / adventure* 26%, pada media *console* urutan pertama *battle royale* 34%, kedua *racing* 32%, dan terakhir 30% untuk *genre strategy*, untuk media *PC* urutan pertama yaitu *genre MOBA* 30%, kedua *Strategy* 30%, dan terakhir *genre shooter* 27%.



Gambar 1. 8 Dota 2

Sumber : dota2.com

Defense of the ancients 2 (Dota 2) adalah sebuah game MOBA (*multiplayer online battle arena*) yang beranggotakan 5 pemain dalam 1 tim, di dalam 1 permainan *Dota 2*, terdapat 2 tim yaitu tim *radiant* dan *dire*. Setiap tim akan memiliki markas masing-masing serta setiap pemain hanya boleh memilih 1 *hero* yang ingin dijadikan karakter utama. Syarat memenangkan permainan *Dota 2* adalah tim yang paling cepat menghancurkan *ancient* musuh.

Dota 2 merupakan *game* yang di modifikasi dari *game warcraft 3* dan dikembangkan oleh *Valve Corporation* pada tahun 2013. Pada *game* ini terdapat 3 *lane* utama yang saling menghubungkan antar kedua tim yaitu *top lane*, *middle lane*, dan *bottom lane*. Pada *game* *dota 2* memiliki 5 *role* (peran pemain) yaitu *carry*, *midlaner*, *offlaner*, *semi support*, dan *hard support*. *Carry* adalah *role* yang bertugas memberikan *damage* utama pada saat *war* di dalam *game*.

Midlaner mempunyai tugas mengatur tempo permainan, karena ia merupakan kunci permainan pada saat awal *game*.

Offlaner mempunyai tugas untuk menjaga lane atas agar carry musuh tidak farming dengan leluasa.

Semi support adalah *role* yang bertugas untuk membantu semua *lane* yang membutuhkan bantuan dan *Support* mempunyai tugas untuk membantu *carry* dalam hal *farming*.



Gambar 1. 9 Dota 2 players

Sumber : steamcharts.com

Pada gambar 1.9 menunjukkan bahwa *Dota 2* memiliki 427.309 dari rata-rata pemain bulanan per tanggal 28 maret 2020. *Game* ini sangat di minati oleh

banyak orang, karena *game* ini membutuhkan strategi yang berbeda pada setiap permainan.



Gambar 1. 10 *Dota plus*

Sumber : steamcharts.com

Dota plus adalah produk untuk membantu pemain *dota 2* dalam bermain, yang memiliki sifat berlangganan, jika pemain berlangganan *dota plus* akan mendapatkan banyak fitur yang diberikan. Setiap pemain yang ingin berlangganan *dota plus* akan dikenakan biaya sebesar US\$ 3,99 jika dirupiahkan menjadi Rp56.000 rupiah, jika pemain ingin berlangganan lebih lama akan mendapatkan diskon sebesar 6% untuk 6 bulan berlangganan, dan 12% untuk 12 bulan berlangganan *dota plus*. Fitur yang diberikan *dota plus* adalah *hero progression*, membantu pemain agar bisa memainkan suatu *hero* (karakter) dengan baik dan benar. Fitur *hero progression* terbagi oleh tiga seperti :

hero leveling, fitur ini memberitahukan kepada pemain tentang sudah sampai mana *progress* ia dalam bermain suatu karakter yang ditandakan dengan *badges* (lencana), pemain akan mendapatkan berupa hadiah jika menaikkan *level badges* (lencana).

Hero-specific challenges, pemain akan diberikan sebuah tantangan dalam permainan, bisa berupa menggunakan karakter tertentu, memakai sebuah *item* dan sebagainya.

Hero relics adalah sebagai penanda yang mempunyai fungsi sebagai pencatat pencapaian pemain dalam menggunakan satu karakter tertentu. Setiap *hero* mempunyai 14 *relics* dibagi menjadi 2 tingkatan yaitu 10 *common* dan 4 *rare*, untuk membuka *relic* setiap pemain harus membelinya menggunakan *shards* yang telah dikumpulkan.

Setiap pemain yang berlangganan *dota plus* akan mendapatkan fitur dengan nama *hero chat wheel*, fitur ini akan memberikan suara khusus terhadap karakter tertentu dan suara khusus ini memiliki suatu hal yang *special* karena tidak dijual di *market*, hanya pengguna *dota plus* saja yang memiliki. Setiap minggu pemain akan mendapatkan *weekly reward* berupa 1000 *shards* dengan syarat harus memenangkan 3 permainan dalam 1 minggu. Fitur *Plus rewards* dalam *dota plus* yaitu setiap pemain dapat menukarkan *shards* dengan 1 *set* dari karakter tertentu, *set* yang ditukarkan ini *special* karena tidak dijual *market* hanya bisa ditukarkan melalui fitur *plus rewards*.

Fitur selanjutnya yaitu *plus assistant*, fitur ini membantu pemain dalam menentukan pengambilan keputusan dalam bermain serta dibantu dengan data *real time*. *Plus assistant* dibagi oleh beberapa bagian, pertama *item suggestions*, fitur ini dapat membantu para pemain dalam menentukan *item* apa yang harus di beli dalam menggunakan suatu karakter tertentu.

Kedua *ability suggestions*, fitur ini membantu para pemain dalam menentukan *skill* apa yang harus di ambil ketika menaiki *level hero* yang sedang ia pakai. Fitur ini begitu penting karena dalam pengambilan suatu *skill* karena *skill* yang di ambil akan mempengaruhi kemenangan dalam *war* di dalam *game*.

Ketiga *hero suggestions* dan *lane strategy* ketika pemain melakukan pemilihan suatu karakter, maka fitur ini bisa dijadikan acuan dalam pemilihan *hero* agar tidak mudah di *counter* oleh musuh. *Lane strategy*, fitur ini memberikan sebuah persentase kecocokan karakter yang dipilih oleh pemain dalam menentukan peran di dalam sebuah *game*.

Keempat *real-time stats comparison* dan *death summary*, pada fitur ini pemain akan diberikan informasi tentang recap kematian karakter yang dimainkan, data tersebut di dukung oleh *real-time stats comparison*. Pemain akan lebih mengerti mengapa karakter yang dipakai mengalami kematian oleh musuh karena terdapat rincian *damage* yang dijelaskan pada *death summary*.

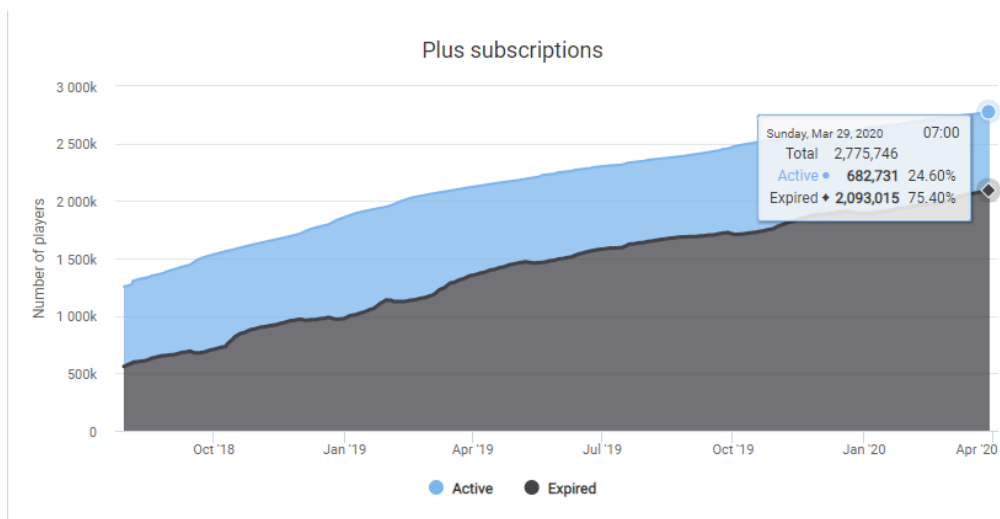
Kelima *post-game analytics*, setelah menyelesaikan sebuah permainan, pemain akan mendapatkan informasi tentang permainan berupa rincian *damage* satu *hero* ke masing-masing *hero* lawan, fitur ini juga bisa membandingkan

performa pemain dengan pemain lain di berbagai *rank* tertentu meliputi *net worth*, *last hit*, *kill* dan sebagainya.

Fitur yang terakhir pada *plus assistant* yaitu *spectator win probability graph*, fitur ini memberikan prediksi kemenangan dalam bentuk persentase ketika pemain melakukan *spectator* didalam suatu *game*.

Seasonnal terrain adalah Setiap pemain yang berlangganan dota plus dapat menggunakan *mode map* sesuai *season* yang sedang di terapkan.

Fitur terakhir dota plus yaitu *the weekly battle cup*, setiap pemain dota yang berlangganan dota plus dapat ikut serta dalam perlombaan *battle cup* secara gratis, jika pemain dota 2 yang tidak berlangganan dota plus maka ia harus membayar sebesar \$US 0,99 untuk berpartisipasi dalam battle cup. Setiap pemain yang berhasil memenangkan *battle cup* akan mendapatkan hadiah berupa special *emoticons*, *profile accolades*, dan 20.000 *shards*.



Gambar 1. 11 Dota plus Subscriptions

Sumber : dota.rgp.io

Pada gambar 1.11 menunjukkan bahwa semakin sedikit pemain dota 2 yang ingin berlangganan *Dota Plus* dan banyak juga pemain yang sudah mencoba berlangganan *dota plus* tidak memperpanjang langganannya. Fitur ini hanya bertahan selama 4 bulan dalam *user* aktif yaitu di atas 50%, setelah itu setiap bulannya pemain yang menggunakan fitur *Dota Plus* selalu menurun sampai tahun 2020. Total pemain yang masih aktif dalam berlangganan yaitu 682.731 pemain dan yang sudah kadaluarsa atau bisa dibilang tidak melanjutkan berlangganan sebanyak 2.093.015 pemain. Padahal pada fitur *dota plus*, Valve Corporation selalu mengupdate fitur lebih menarik dengan tujuan agar pemain mau berlangganan *Dota Plus*. Data tersebut menandakan bahwa pemain *Dota 2* merasa fitur *Dota Plus* tidak menarik untuk dipakai.

Jul 27, 2019 2:44 pm DOTA 2

Some players aren't happy with Valve's content updates for Dota Plus

It doesn't look like Dota Plus will change much in the coming months.



Cale Michael

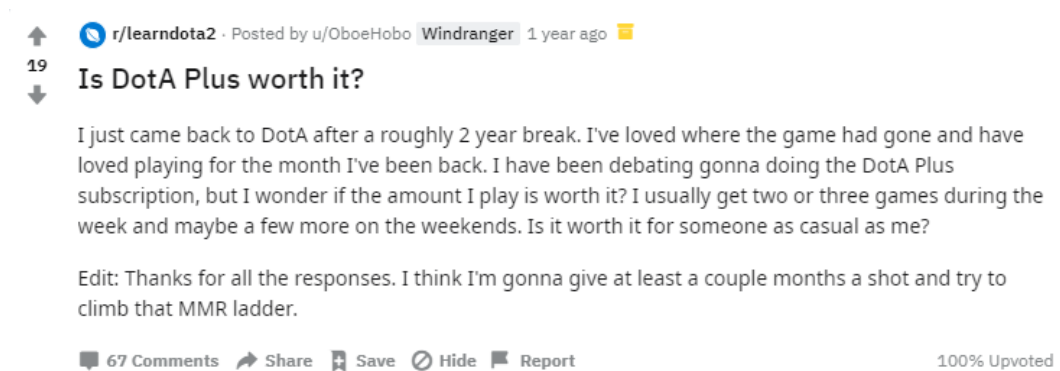


Gambar 1. 12 Konten Update Dota Plus

Sumber : dotesports.com

Pada gambar 1.12 yaitu berita mengenai konten update Dota Plus yang di kutip oleh (Cale, 2019) bahwa fitur Dota Plus yang telah diupdate oleh valve sangat tidak bisa memuaskan para player yang sedang melakukan langganan pada fitur tersebut. Karena update tersebut tidak berdasarkan keluhan yang diberikan oleh komunitas, contoh beberapa kasus yang paling sering di kutip adalah tentang misi dalam penyelesaian suatu hero atau karakter utama yang tidak diperbarui, karena setiap seasonnya valve hanya mengupdate beberapa fitur saja. Permasalahan selanjutnya pada eksklusifitas pada fitur ini sangat tidak ada, seperti penukaran sets pada suatu hero atau karakter utama. Para pemain juga mengeluhkan bahwa system

Dota Plus belum membaik, karena sering terjadi bug atau eror pada di dalam sebuah game.



Gambar 1. 13 Permasalahan Dota Plus

Sumber : reddit.com

Pada gambar 1.13 para pemain dota 2 yang menggunakan fitur dota plus mengeluhkan apakah fitur ini layak untuk dibeli atau tidak, karena apa yang diberikan dota plus terkadang tidak sesuai apa yang diinginkan para player Dota 2.

Maka dari itu penulis ingin meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi *Use Behavior* pada fitur Dota Plus. Apakah faktor-faktor variabel seperti *Performance expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, dan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* pada fitur *Dota Plus*

1.2 Rumusan Masalah

Dota 2 adalah *game* yang sudah termasuk *game esports*, *game* ini memiliki banyak penggemar di berbagai belahan dunia. terlebih lagi pemain *Dota 2* setiap bulan menyentuh angka 427.309 dari rata-rata pemain bulanan per tanggal 28 maret 2020. *Dota plus* merupakan produk berlangganan di dalam *game Dota 2*, kegunaan

Dota Plus sangat membantu *player* dalam meningkatkan kemampuan bermain *game Dota 2*.

Dota plus merupakan solusi bagi pemain yang sulit untuk bermain *Dota 2*, karena banyak fitur yang diberikan oleh *Dota Plus* untuk meningkatkan kemampuan *game Dota 2*, tidak hanya itu pemain juga mendapatkan sebuah eksklusivitas seperti bisa mendapatkan *set* yang hanya bisa dibeli jika berlangganan *Dota Plus*, mendapatkan suara karakter khusus di dalam sebuah game dan masi banyak lagi.

Sejak *Valve Corporation* merilis *dota plus*, jumlah peningkatan pemain yang berlangganan hanya bertahan 7 bulan saja, setelah bulan Oktober 2018 jumlah pemain yang berlangganan dibawah 50%, lebih mengarah ke arah tidak melanjutkan berlangganan (*expired*), sampai bulan maret 2020 perbandingan *active* dan *expired* cukup besar yaitu 682,731(24,60%) untuk *active* dan 2.093.015 *expired* (75,40%).Terlebih lagi *Valve Corporation* selalu memberikan *update* untuk pemain yang berlangganan *dota plus*.

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti tentang teori *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention* mempunyai pengaruh terhadap *use behavior* pada fitur *Dota Plus*.

1.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah penelitian diatas, maka penulis menjabarkannya kedalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah variabel *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*?
2. Apakah variabel *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*?
3. Apakah variabel *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*?
4. Apakah variabel *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Use Behavior*?
5. Apakah *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*?
6. Apakah variabel *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*?
7. Apakah variabel *Price Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*?
8. Apakah variabel *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*?
9. Apakah variabel *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap *Use Behavior*?
10. Apakah variabel *Behavioral Intention* memiliki pengaruh positif terhadap *Use Behavior*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*.
2. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*.
3. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*.
4. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior*.
5. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*.
6. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*.
7. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*.
8. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*.
9. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior*.
10. Menganalisis serta membuktikan pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap memberikan manfaat kepada akademik, perusahaan maupun peneliti. Manfaat yang peneliti harapkan antara lain:

1. Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi kepada para pembaca sebagai bahan pengembangan ilmu pemasaran dan menambah pengetahuan terkait teori *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention*, dan *use behavior*.

2. Manfaat Kontribusi Praktik

Memberikan informasi, gambaran maupun saran kepada perusahaan dalam meningkatkan *use behavior* kepada konsumennya.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, penulis belajar untuk menganalisis secara langsung mengenai pengaruh seseorang ingin memakai fitur *Dota Plus*. Peneliti juga mendapatkan pengalaman serta tambahan ilmu untuk mengaplikasikan teori yang sudah pernah di pelajari pada perkuliahan.

1.6 Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan atas model penelitian serta variable berdasarkan topik penelitian yang diteliti penulis.

1. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya ada 9, diantaranya *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention, use behavior* Objek penelitian yang dipilih penulis yaitu *Dota Plus*.
2. Penelitian ini dibatasi oleh responden merupakan pemain *Dota 2* yang berdomisili Jabodetabek, berlangganan *Dota Plus*, pria atau wanita yang berusia 17 – 55 tahun
3. Penelitian ini dilakukan hanya Maret 2020- Juni 2020
4. Penulis menggunakan perangkat lunak Lisrel Ver 8.8 dalam mengelola data penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini peneliti membagi penelitian ini ke dalam lima bab yang berisikan gambaran tentang penelitian yang sedang penulis teliti, dimana setiap bab nya berisikan tentang keterkaitan terhadap pembahasannya. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan, laporan ini berisikan tentang latar belakang permasalahan yang dapat mengantarkan pembaca ke dalam pokok permasalahan, kemudian berisi rumusan masalah yang dijadikan landasan dasar peneliti dalam melakukan penelitian ini, kemudian ada juga tujuan dari penelitian yang ingin dicapai penulis lalu batasan penelitian serta manfaat yang diharapkan peneliti hingga batasan masalah dari laporan skripsi ini.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini, peneliti menuliskan laporan yang terdiri dari teori yang memiliki hubungan atau keterkaitan terkait topik penelitian. Pada bab ini, teori yang dituliskan berupa definisi dari beberapa variable yang telah ditentukan seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *behavioral intention*, *use behavior*. Konsep tersebut diperoleh berdasarkan literature journal dan nantinya akan dirumuskan menjadi hipotesis hingga terbentuk suatu kerangka penelitian yang bersifat teoritis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini, peneliti menuliskan laporan yang berisikan tentang gambaran objek penelitian, metode penelitian, 9 variable penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengambilan data, serta teknik analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

BAB IV : Analisis dan Pembahasan

Dalam bab ini, terdapat laporan yang menggambarkan hasil objek penelitian secara umum. Kemudian ada juga hasil dari kuisioner yang telah disebar dan akan dihubungkan dengan teori yang ada pada bab dua.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini, peneliti akan menuliskan kesimpulan dari hasil penelitian serta memberikan saran yang terkait dengan objek penelitian.