



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Perkembangan zaman terus berjalan dengan cukup cepat dari waktu ke waktu. Banyak sekali bagian-bagian dari kehidupan sehari-hari yang berkembang dengan begitu pesat seperti dari segi ekonomi, pendidikan, teknologi, olahraga dan sebagainya. Dalam penelitian kali ini peneliti ingin membahas dari segi teknologi, teknologi sejatinya telah ada sejak dulu kala mulai dari radio, telepon, televisi, komputer hingga kini telah ada internet. Secara tidak langsung masyarakat diharuskan untuk mengenal teknologi-teknologi ini melalui banyak unsur seperti masyarakat yang mulai memakai teknologi baru, edukasi yang mulai modern seperti menggunakan komputer atau proyektor, hingga olahraga yang telah merambah ke dunia teknologi.

Selain guna membantu kehidupan sehari-hari dalam berkomunikasi, di era yang dewasa ini olahraga juga telah merambah ke dunia internet yang biasa dikenal dengan Electronic Sport. Electronic Sport sendiri sejatinya telah ada sejak tahun 2000 namun pada zaman itu Electronic Sport belum berkembang dan sebesar belakangan ini. seperti yang di lansir pada www.sport.detik.com bahwa pada tahun 2019 eSport akan dipertandingkan di SEA Games 2019. Dengan berkembang pesatnya eSport di indonesia seiring dengan perkembangan waktu pemain-pemain game online di

Indonesia pun semakin banyak, banyak dari mereka tidak hanya bermain saja namun juga untuk memperoleh prestasi seperti memenangkan pertandingan atau menjadi entertainer di dunia game online.

Gambar 1.1 Data pengguna internet dan para pemain game online pada Januari 2019 (sumber: www.dailysocial.id)



Hal ini tidak lepas dari banyaknya pengguna internet yang tersebar di Indonesia. Melalui gambar di atas, dapat diketahui bahwa dari total populasi sekitar 255,7 juta penduduk Indonesia terdapat 66 juta populasi yang aktif menggunakan internet, serta terdapat 42 juta pemain game online yang tersebar di Indonesia. Dengan berkembang pesatnya pemain game online di Indonesia kini banyak sekali perusahaan yang bersedia untuk menjadi donatur untuk membentuk sebuah tim yang kemudian nanti akan dipertandingkan dalam sebuah kompetisi untuk merebut gelar juara.

Pada kasus eSport ini pemain yang berasal dari generasi Z atau yang lahir pada tahun 1998 hingga 2009 lebih banyak ditemukan karena generasi ini lebih dekat dengan teknologi, bahkan ketika mereka lahir teknologi yang ada disekitar mereka sudah terbelah canggih dan sudah mengenal internet sejak dini. Menurut Tapscott (2008) dalam Siti Mahani binti Muhazir dan Nazlinda binti Ismail, Generasi Z: Tenaga Kerja Baru dan Cabarannya, Para orang tua sering mendapati anak mereka banyak menghabiskan waktu di depan komputer mereka serta berinteraksi secara online bersama rekan-rekan mereka dibandingkan dengan alam nyata sosial mereka sehari-hari.

Untuk variabel X1 (trust) dalam jurnal Wu dan Liu yang berjudul *The Effect of trust and enjoyment on intention to play online games* riset e-commerce telah didefinisikan sebagai suatu keyakinan bahwa vendor Web akan melakukan beberapa aktivitas sesuai dengan kepercayaan konsumen/konsumer. Karena lingkungan online adalah suatu yang impersonal, konsumen sering merasa lebih tidak pasti tentang vendor online dan hasil dari suatu transaksi online karena konsumen berhadapan dengan orang yang belum dikenal sebelumnya. Tidak seperti Trust offline/tradisional, Trust offline/tradisional dikembangkan berdasarkan interaksi konsumen dengan toko fisik, sementara kepercayaan online dihasilkan melalui interaksi konsumen dengan situs web vendor online dan juga dengan anonim.

Trust merupakan hal yang penting dalam konteks game online karena beberapa alasan yakni. Pertama, pemain harus memberikan informasi pribadi ketika mereka

mendaftar sebuah akun untuk perusahaan penyedia game online. Informasi pribadi semacam itu dikendalikan oleh perusahaan dan dapat berpotensi dalam hal penyalahgunaan informasi; misalnya, data yang telah kita berikan kepada perusahaan penyedia game online mungkin saja digunakan untuk permohonan pemasaran atau dibagikan dengan pihak ketiga guna untuk memperluas sektor bisnis yang dimiliki. Dengan demikian, pemain mungkin memiliki kekhawatiran tentang penyalahgunaan informasi pribadi mereka. Kedua, beberapa situs web game online, termasuk sebagian besar MMOG (misalnya, World of Warcraft dan Star Wars Galaxies), mengenakan biaya untuk bermain, sehingga pemain harus memberikan informasi kartu kredit mereka. Oleh karena itu, mereka mungkin khawatir tentang penipuan kartu kredit. Kedua, pemain game online mengandalkan penyedia untuk melindungi avatar (lambang atau akun yang merepresentasikan informasi tentang kita di dunia nyata) virtual mereka, mata uang, dan item (berbagai perangkat yang dapat digunakan ketika bermain game) (contoh, Pedang, jubah, dan sarung tangan).

Aset virtual ini mungkin sama pentingnya bagi pengguna game sebagai aset nyata. Bahkan, beberapa situs web game online (Contoh, Steam Community Marketplace DOTA2) memungkinkan pemain bertukar mata uang virtual dan barang-barang dengan uang sungguhan. Dengan demikian, pemain mungkin khawatir tentang apakah aset virtual mereka terlindung dengan baik. Akhirnya, Trust seringkali berkahir pada ketidakpastian dalam konteks game online.

Kemudian variable X2 (enjoyment) Dalam pengaturan game online, pemain cenderung termotivasi kebanyakan oleh kepentingan intrinsik (misal seperti visualisasi, suara yang dihasilkan, serta berbagai design yang dapat ditentukan oleh player melalui pengaturan yang telah disediakan) [Huang & Cappel 2005; Kim et al. 2002 dalam jurnal Wu dan Liu 2007], dalam jurnal ini Enjoyment berfokus pada motivasi intrinsik. Menurut jurnal sebelumnya, ketika perilaku individu dipicu oleh motivasi intrinsik seperti minat dan kesenangan, mereka cenderung lebih bersedia untuk bertahan dalam perilaku seperti itu di masa depan [Deci & Ryan 1985; Deci et al. 1999]. Enjoyment dapat didefinisikan sebagai suatu tingkatan di mana dengan melakukan suatu kegiatan dianggap dapat memberikan kesenangan dan sukacita dalam dirinya sendiri, selain dari konsekuensi kinerja [Davis et al. 1989; Venkatesh 2000)

Dua alasan utama yang dasar untuk mempelajari Enjoyment dalam penelitian ini. Pertama, dampak Enjoyment pada niat perilaku belum diuji dalam konteks game online terutama Dota2. Pada penelitian sebelumnya, studi Enjoyment dilakukan dalam perdagangan elektronik dan sejauh ini telah mengeksplorasi peran kenikmatan dalam pesan instan [Li et al. 2005] dan belanja online [Koufaris 2002] tetapi bukan terhadap game online. Kedua, bahkan dengan dasar teori yang kuat, penelitian sebelumnya tentang peran Enjoyment dalam penggunaan sistem telah menghasilkan hasil yang beragam. [Igbaria dkk. 1995] dan menemukan tidak ada efek yang signifikan dari Enjoyment pada perilaku penggunaan sistem, sedangkan [Jarvenpaa dan Todd 1997] memang menemukan efek yang signifikan dalam penyelidikan empiris mereka tentang

motivasi intrinsik dan ekstrinsik dalam penggunaan Internet, [Teo dan rekan-rekannya 1999] menemukan bahwa Enjoyment memiliki efek pada frekuensi penggunaan tetapi tidak berpengaruh signifikan pada keragaman penggunaan, dan dengan demikian mereka mengakui perlunya penelitian tambahan untuk menguji peran Enjoyment dalam perilaku.

Dan untuk variabel Y (intention to play) variabel ini diambil dari bentuk lain dari intention to use, dan dalam penelitian ini peneliti ingin menguji secara empiris model teoritis dari determinan niat untuk bermain game online.

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan dan kenikmatan terhadap minat bermain olahraga elektronik?
2. Apakah variabel kepercayaan dari pemain dapat mempengaruhi minat bermain olahraga elektronik?
3. Apakah variabel kenikmatan dari pemain dapat mempengaruhi minat bermain olahraga elektronik?

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3 Tujuan Penelitian.

Mengacu kepada perumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepercayaan dan kenikmatan dari pemain terhadap minat bermain olahraga elektronik
2. Untuk mengetahui tingkat kepercayaan dari pemain terhadap minat bermain olahraga elektronik
3. Untuk mengetahui tingkat kenikmatan dari pemain terhadap minat bermain olahraga elektronik

1.4 Manfaat Penelitian

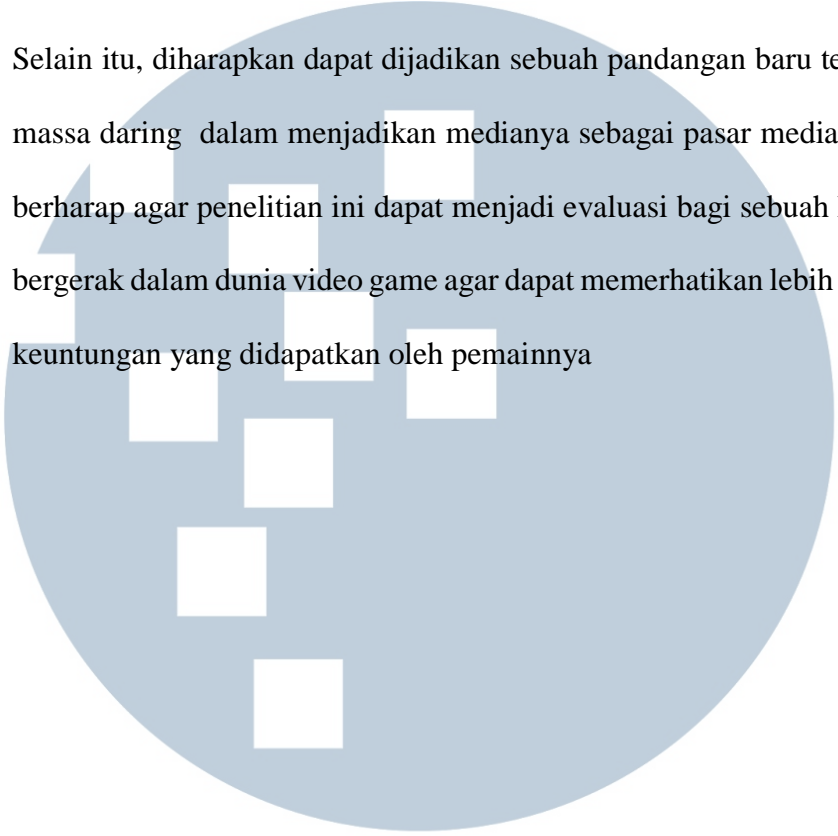
Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1.4.1 Manfaat Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan kontribusi dalam perkembangan penelitian ilmu pengetahuan terutama dalam bidang komunikasi massa dan ekonomi media, serta diharapkan dapat memunculkan pemahaman baru dalam bidang akademis.

1.4.2 Manfaat Praktis.

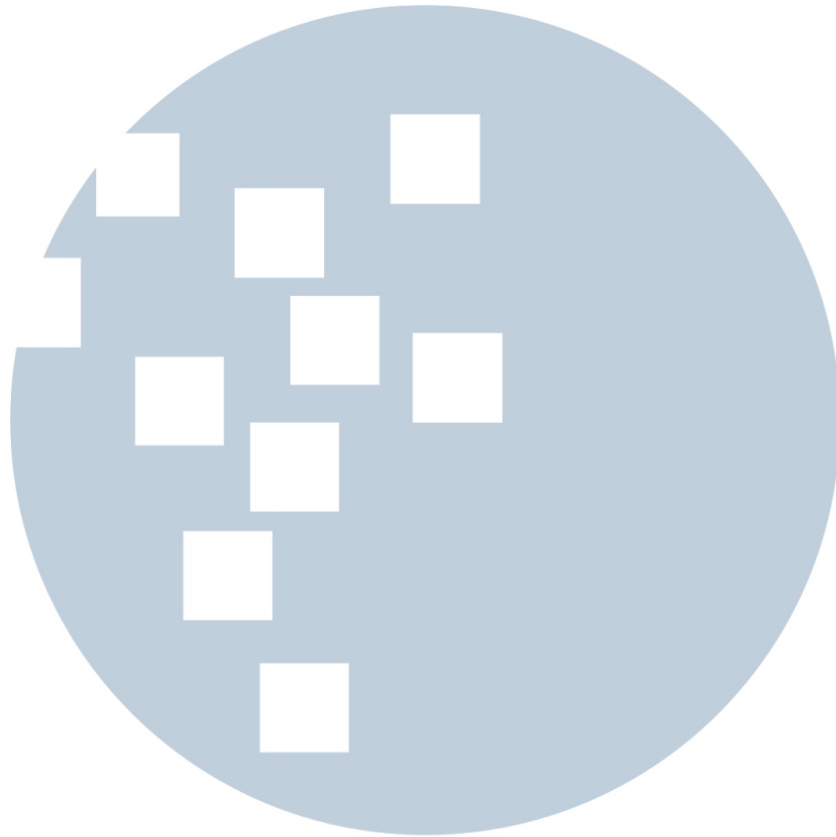
Agar dapat menjadi sebuah evaluasi bagi media-media massa terutama media massa dalam bentuk video game yang memiliki peluang sebagai pasar media baru dan sebagai sarana mata pencaharian baru bagi para pemainnya.



Selain itu, diharapkan dapat dijadikan sebuah pandangan baru terhadap media massa daring dalam menjadikan medianya sebagai pasar media baru. peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi sebuah korporat yang bergerak dalam dunia video game agar dapat memerhatikan lebih lagi mengenai keuntungan yang didapatkan oleh pemainnya

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA