



### **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 II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Pada sub-bab ini, peneliti akan membahas penelitian sejenis terdahulu yang akan dipakai oleh peneliti sebagai acuan. Acuan yang dilihat oleh peneliti adalah konsep, teori dan data dari penelitian terdahulu yang telah dipilih. Peneliti akan membahas dan membandingkan dua jenis penelitian terdahulu.

Penelitian terdahulu yang pertama disusun oleh Wu dan Liu yang menganalisis efek dari kepercayaan dan kenikmatan pada minat bermain game online di Virginia, USA. Sedangkan penelitian terdahulu yang kedua disusun oleh Ricarda-Marie Brox yang meneliti aspek faktor sosial terhadap kebiasaan bermain.

Berikut penelitian terdahulu yang akan peneliti bandingkan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti

##### **2.1.1 Penelitian Terdahulu Pertama**

Penelitian terdahulu pertama membahas mengenai efek kepercayaan dan kenikmatan terhadap minat bermain game online. Penelitian dilakukan guna mengetahui dampak dari kepercayaan dan kenikmatan pada niat perilaku serta tentang sikap perilaku dari para pemain di Virginia, USA. Penelitian ini

dilakukan pada Januari 2007. Penelitian ini bersifat eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif.

Populasi yang diambil oleh penelitian ini adalah 392 pemain game online yang berbasis mahasiswa bisnis universitas negeri besar di Amerika Serikat bagian timur dan dengan total 253 data valid yang dapat digunakan untuk analisis data.

Penelitian yang dilakukan oleh Wu dan Liu ini dapat dikatakan sejenis karena memiliki kesamaan :

- a. Subjek yang diambil adalah pemain game online.
- b. Berfokus kepada tingkat kepercayaan dan kenikmatan pada minat bermain permainan daring.
- c. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Wu dan Liu dengan penelitian yang dijalankan oleh peneliti adalah objek penelitian yang berbeda serta objek yang digunakan oleh peneliti lebih mengerucut lagi yakni pemain Dota2 yang berada di Indonesia, sedangkan Wu dan Liu meneliti menggunakan objek game online yang dimana menurut peneliti terlalu luas dan populasi yang diambil berdasarkan mahasiswa bisnis pada universitas negeri Amerika Serikat bagian timur.

### 2.1.2 Penelitian Terdahulu Kedua

Penelitian yang kedua diambil dari Ricardo-Marie Brox yang membahas dampak dari faktor sosial terhadap perilaku bermain game pada juli 2011, Netherlands. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil masalah jika seseorang telah kehilangan kendali atas perilaku bermain gim mereka.

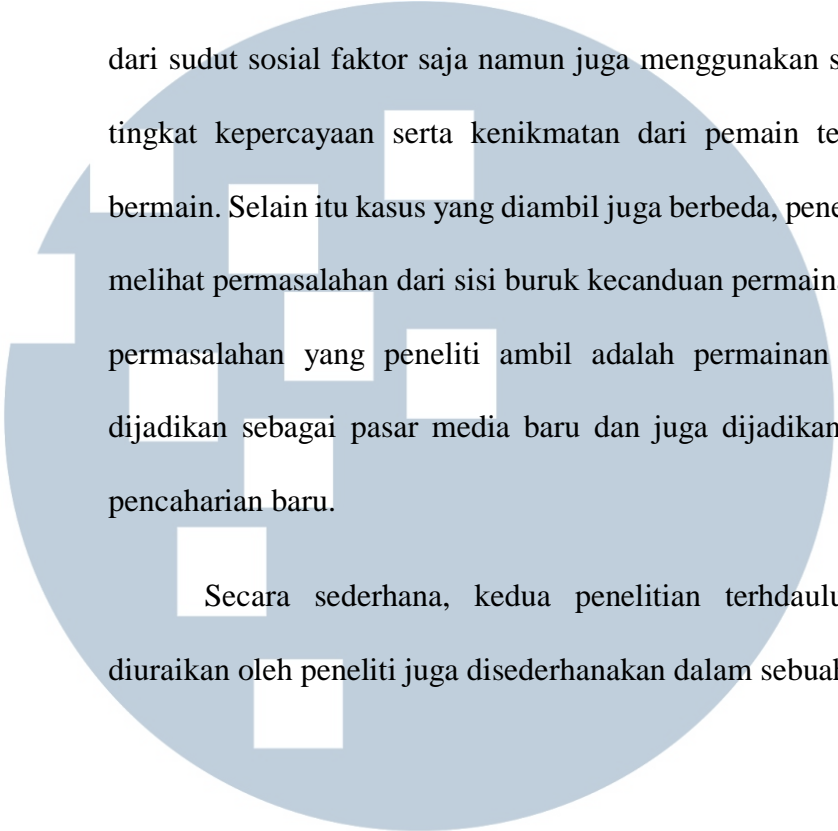
Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui hasil dari faktor sosial pada perilaku gaim dan tingkatan pada kecanduan game oleh remaja.

Populasi dan sampel yang diambil oleh Ricardo-Marie Brox adalah 496 pemain gim di Belanda dari pendidikan menengah dan pendidikan kejuruan. Subjek penelitian ini adalah perilaku bermain gim pada remaja.

Penelitian yang dilakukan Ricardo-Marie Brox dapat dikatakan sejenis karena memiliki berbagai kesamaan seperti,

- a. Subjek yang diambil adalah perilaku bermain gim pada remaja sedangkan objek yang diambil adalah permainan daring.
- b. Unsur sosial yang juga peneliti gunakan dalam indikator variabel.
- c. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei.

Sedangkan, perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang sedang dijalankan oleh peneliti adalah terdapat pada objek penelitian, serta penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti tidak hanya mengambil



dari sudut sosial faktor saja namun juga menggunakan sudut pandang tingkat kepercayaan serta kenikmatan dari pemain terhadap minat bermain. Selain itu kasus yang diambil juga berbeda, penelitian Ricardo melihat permasalahan dari sisi buruk kecanduan permainan, sedangkan permasalahan yang peneliti ambil adalah permainan daring dapat dijadikan sebagai pasar media baru dan juga dijadikan tempat mata pencaharian baru.

Secara sederhana, kedua penelitian terhdaulu yang telah diuraikan oleh peneliti juga disederhanakan dalam sebuah tabel.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

Judul Penelitian	Permasalahan	Teori	Metodologi	Hasil Penelitian
<p>The effects of trust and enjoyment on intention to play online games</p> <p>De Liu (2007)</p>	<p>Untuk mendapatkan pandangan baru ke dalam penentu niat perilaku untuk bermain game online.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theory of Reasoned Action</li> <li>• Trust</li> <li>• Enjoyment</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Survey Instrument, Pilot Test, and Data Collection</li> <li>• Psychometric Properties of Measures</li> <li>• Test of the Model and Hypotheses</li> </ul>	<p>Hasilnya juga menunjukkan bahwa kepercayaan memengaruhi niat hanya secara tidak langsung melalui sikap. Makalah ini berkontribusi dengan menyoroti peran kepercayaan dan kesenangan dalam konteks game online.</p>
<p>The Influence of Social Factors on Gaming Behaviour</p> <p>Ricarda-Marie Brox (2011)</p>	<p>Gangguan kesehatan mental seseorang yang muncul jika seseorang telah kehilangan kendali atas perilaku bermain gim mereka</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Behavioral Attitude</li> <li>• Subjective Norms</li> <li>• Planned Behaviour</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Survey</li> </ul>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa pria menghabiskan lebih banyak waktu secara signifikan bermain game daripada wanita. Pria lebih lanjut cenderung memiliki risiko kecanduan lebih tinggi daripada perempuan. Faktor sosial berkorelasi dengan waktu yang dihabiskan untuk game dan kecanduan game menilai. Selanjutnya, kecenderungan hubungan yang lebih besar dengan teman dan teman online tiga variabel sosial dapat dilihat mengenai jumlah waktu yang dihabiskan untuk permainan dan skala kecanduan game. Juga game online lebih dikaitkan dengan norma subjektif daripada game offline. Norma deskriptif dan tekanan sosial signifikan untuk kedua jenis bermain game.</p>

## 2.2 Kerangka Teori

### 2.2.1 Theory of Reasoned Action (TRA)

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam bukunya yang berjudul *Consumer Behavior* (tenth edition) model *Theory of Reasoned Action (TRA)* ini mewakili integrasi dari komponen sikap yang komprehensif ke dalam struktur yang telah dirancang untuk mengarah kepada penjelasan yang lebih baik. Seperti model sikap *tricomponent* dasar yang terdiri atas, model Theory of Reasoned Action model kognitif, komponen affective, dan komponen konatif; namun, ketiga komponen di atas telah diatur dalam pola yang berbeda dari model *tricomponent*.

Berikut merupakan penjelasan mengenai *Tricomponent* dasar dari *Theory of Reasoned Action* :

#### a. *The Cognitive Component*

Bagian pertama dari model *tricomponent attitude* adalah kognisi seseorang, yaitu terdiri atas pengetahuan dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi terkait dari berbagai sumber. Pengetahuan ini dan persepsi yang dihasilkan umumnya mengambil bentuk kepercayaan; yaitu, konsumen percaya bahwa objek sikap memiliki berbagai atribut dan perilaku yang spesifik akan mengarah pada hasil yang spesifik

*b. The Affective Component*

Bagian kedua pada tricomponent terdapat komponen afektif, pada komponen ini emosi atau perasaan konsumen tentang suatu produk atau merek tertentu merupakan komponen afektif dari suatu sikap. Emosi dan perasaan ini sering diperlakukan oleh para peneliti konsumen sebagai yang terutama bersifat evaluatif; yaitu, mereka menangkap penilaian langsung atau global individu atas sikap objek. Pengalaman juga menjadi satu komponen pengaruh dalam memanifestasikan diri mereka sebagai suatu keadaan yang pada umumnya dikuasai secara emosional

*c. The Conative Component*

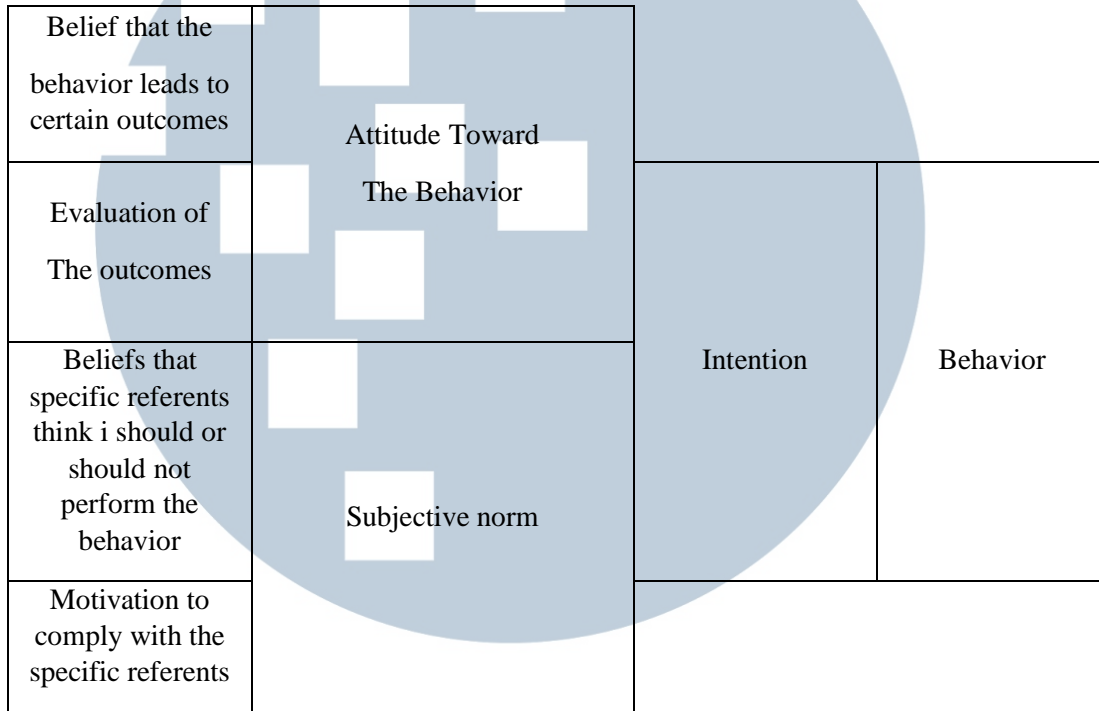
Konasi, komponen terakhir dari model sikap tricomponent, komponen konasi ini berkaitan dengan kemungkinan atau kecenderungan bahwa seseorang akan melakukan tindakan tertentu atau berperilaku dengan cara tertentu sehubungan dengan sikap objek.

U M M N  
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



## Gambar 2.1 A Simplified Version of the Theory of Reasoned Action

(Sumber: Buku Schiffman dan Kanuk Tenth Edition)



Sesuai dengan model yang telah diperluas diatas dapat digunakan untuk memahami sebuah niat, selain itu kita juga perlu mengukur norma subjektif yang dapat memengaruhi niat individu untuk bertindak. Norma subjektif dapat diukur secara langsung dengan menilai perasaan konsumen seperti apa yang orang lain rasakan secara relevan (misalnya; keluarga, teman, teman sekamar, rekan kerja, dsb) akan pikiran tentang tindakan yang dimaksud; yaitu, apakah mereka akan melihat tindakan yang diantisipasi? Misalnya, jika seorang mahasiswa sarjana sedang mempertimbangkan untuk membuat tato dan berhenti sejenak untuk bertanya kepada

dirinya sendiri, apa pendapat orang tua atau pacarnya tentang perilaku semacam itu (misalnya, setuju ataupun tidak setuju), refleksi semacam itu akan membentuk norma subjektif dari individu. Sejalan dengan model ini, sebuah studi tentang konsumsi makanan organik di Finlandia menemukan bahwa “niat membeli makanan organik ke perilaku pembelian makanan organik adalah positif dan signifikan”

Dengan melakukan penelitian mengenai konsumen peneliti dapat menemukan faktor-faktor mendasar dibalik norma subjektif untuk dapat menemukan apa kecenderungan yang pada umumnya mereka lakukan untuk memproduksi sebuah sikap. Pada umumnya mereka mencapainya dengan menilai keyakinan normatif yang unsur didalamnya terdapat hal yang relevan dengan orang lain, serta motivasi individu untuk mengikuti masing-masing orang lain yang relevan.

Dalam penelitian ini peneliti membatasi dengan hanya menggunakan salah satu komponen dari tricomponent yang telah dibahas sebelumnya, komponen yang digunakan adalah komponen ketiga yakni; *Conative Component*, komponen ini berkaitan dengan kemungkinan atau kecenderungan bahwa seseorang akan melakukan tindakan tertentu atau berperilaku dengan cara tertentu sehubungan dengan sikap objek. Dalam riset ini komponen konasi atau *Conative* digunakan untuk mengungkapkan niat dari para pemain untuk ingin bermain eSport.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini teori diatas digunakan untuk mengungkapkan niat dari para pemain untuk ingin bermain Esport. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dipakai didapati asumsi bahwa umumnya pemain Esport

akan melakukan transaksi jual beli berdasarkan komoditas yang disediakan oleh developer, oleh karena itu peneliti menambahkan variabel kepercayaan terhadap penelitian ini.

### **2.2.2 Ekonomi Media**

Usman.Ks (2001) berpendapat bahwa media massa seringkali hanya dilihat sebagai salah satu institusi sosial, politik, dan budaya saja. Namun melihat perkembangan yang telah terjadi dewasa ini memperlihatkan media tidak lagi dipandang semata-mata hanya untuk institusi sosial dan politik, melainkan juga sebagai salah satu institusi ekonomi. Fakta menunjukkan bahwa media telah tumbuh bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan sosial, politik dan budaya, tetapi juga sebagai perusahaan yang menekankan keuntungan ekonomi.

Menurut McQuail, faktor ekonomi cenderung menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi seluruh perilaku media massa modern saat ini. McQuail dalam buku Ekonomi Media (Pengantar konsep dan aplikasi) berpendapat bahwa fenomena media massa modern saat ini memiliki dwi-karakter media atau karakter ganda media, lebih jauh McQuail berkata bahwa media memiliki dwi karakter yang tak terpisahkan yakni; karakter sosial-budaya-politik dan karakter ekonomi.

Ekonomi media memandang media sebagai industri atau institusi ekonomi yang berupaya mencari keuangan. Sebagai suatu disiplin ilmu, ekonomi media tidak hanya dimonopoli dan selalu identik dengan “media massa” namun dalam konteks ini,

istilah media diidentikkan untuk media massa yang terbilang baru, salah satu contohnya adalah komputer dan internet.

Ekonomi media terdiri atas dua kata “ekonomi” dan “media”. Oleh karena itu, peneliti akan menjabarkan pengertian dari dua kata tersebut. Menurut Samuelson dan Nordhaus dalam buku Usman.Ks (2001), Ekonomi adalah, studi tentang bagaimana manusia menggunakan sumber-sumber yang terbatas untuk memproduksi komoditas dan mendistribusikannya kepada manusia atau kelompok manusia lainnya. Dari definisi ini, ada tiga konsep pokok dalam ekonomi: sumber (segala sesuatu yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa), produksi (penciptaan barang dan jasa untuk konsumsi), serta konsumsi (penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan).

Menurut Usman.Ks (2001) dalam bukunya media secara umum bisa didefinisikan sebagai sarana atau perantara atau penyebar dalam suatu proses komunikasi. Melalui media, pesan terdistribusi ke khalayak. Dalam konteks ekonomi, media adalah institusi bisnis atau institusi ekonomi yang memproduksi dan menyebarkan informasi, pengetahuan, pendidikan, dan hiburan kepada konsumen yang menjadi target. Yang termasuk media, antara lain yakni televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloit, buku, iklan, public relations, film, serta rekaman. Dalam konteks ekonomi media, televisi, radio, surat kabar dan media lainnya tentu harus dipandang sebagai industri atau institusi bisnis.

Picard dalam Usman.Ks (2001) berkata bahwa ekonomi media memiliki kaitan dengan bagaimana cara industri media memanfaatkan berbagai sumber untuk menghasilkan materi informasi dan hiburan sesuai dengan kebutuhan audiens, pengiklan, dan institusi sosial lainnya. Berdasarkan definisi ini, Usman.Ks (2001) mengkonsepkan pokok ekonomi media menjadi tiga yakni : sumber ekonomi (SDM, kamera, video tape, dll), produksi (proses produksi media cetak, elektronik, film, dll), serta konsumsi (konsumen atau pasar).

Terdapat tiga manfaat, baik dari sisi teoritis maupun praktis dalam hal mempelajari ekonomi media, yakni;

- Pertama : ekonomi media berguna untuk mempelajari dimensi ekonomi media massa, untuk melengkapi subjek-subjek “tradisional” lain dari media massa, seperti penulisan, pengambilan gambar, manajemen media massa, dampak media massa, promosi, iklan, sosiologi media, dan komunikasi politik.
- Kedua : mempelajari ekonomi media menjadikan kita bisa mengembangkan karir di industri media. Dengan mempelajari ekonomi media kita juga dapat menjadi paham industri media yang mana beroperasi secara lebih efektif dan efisien.
- Ketiga : mempelajari ekonomi media membuat kita mampu menganalisis berbagai industri media. Kita akan mampu memahami bagaimana struktur pasar mempengaruhi berbagai industri media, bagaimana cara media

membidik pasar, serta bagaimana regulasi pemerintah dan perkembangan teknologi dalam memengaruhi perilaku pasar di masa mendatang.

Ekonomi media juga memiliki ruang lingkup didalamnya yang terbagi menjadi ruang lingkup teoritis dan praktis. Ruang lingkup teoritis mencakup konsep-konsep dasar ekonomi yakni; (pasar, sistem ekonomi, dll), regulasi, kompetisi, kepemilikan, teknologi serta riset. Sedangkan ruang lingkup dari sisi praktis meliputi ekonomi industri televisi siaran, radio, televisi berlangganan (televisi kabel), koran, majalah, buku media online atau internet, public relations, dan sebagainya.

Turow.J (2016) berkata bahwa video game sebagai media komunikasi yang telah dikembangkan sebagai hasil dari respon sosial dan hukum terhadap teknologi selama periode tertentu. Menurut Josep video game dapat dikatakan sebagai media karena pada umumnya video game dimainkan dengan kumpulan jaringan sosial. Turow juga berkata bahwa setiap perusahaan game memiliki divisi finansial dan marketing untuk mengatur pemasaran dan distribusi game mereka ke audiens yang ingin mereka pasarkan. Penerbit game kecil pada umumnya akan bermitra dengan perusahaan distribusi khusus (kadang-kadang perusahaan video game yang lebih besar) untuk membantu mereka mengeluarkan materi dari pasar.

### **2.2.2.1 Teknologi Media dan Ekonomi Media**

Pada dasarnya teknologi digunakan oleh manusia untuk meningkatkan serta membangun kualitas hidup menjadi lebih baik. Perkembangan media

massa berawal dari teknologi, awal penemuan yang membuat media massa menjadi berkembang adalah ditemukannya mesin cetak. Teknologi kemudian digunakan media untuk meningkatkan kualitas konten yang disampaikan. Pencapaian teknologi oleh suatu media menunjukkan eksistensi media tersebut.

Dari perspektif ekonomi media, teknologi memiliki peranan yang penting dalam industri media, oleh karena itu industri media massa harus terus mengikuti perkembangan teknologi karena jika industri media tidak mengikuti arus perkembangan media, eksistensi media massa sebagai industri akan tertinggal oleh kemajuan dan perkembangan teknologi yang ada. Terdapat dua pendapat mengenai teknologi media yang terbagi dari, kaum optimis kultural dan pendapat kedua oleh kaum pesimis kultural.

- Kaum optimis kultural (Bell, Toffler, Castells, Sleving, dan Kranzberg) berpendapat bahwa teknologi baru mengarah kepada peningkatan akses terhadap informasi dan oleh karena itu, ada pemberdayaan baru terhadap informasi dan konten media.
- Kaum pesimis kultural (Webster, Kumar, Weizenbaum, Roszak, dan Winner) berpendapat bahwa perusahaan-perusahaan multimedia akan menjadi sangat kuat, serta menuju eksploitasi komersial yang lebih besar dan kesenjangan yang lebih lebar antara yang kaya informasi dan yang miskin informasi.

Terdapat kaitan antara teknologi dengan ekonomi media, kaitan tersebut adalah teknologi menciptakan pasar baru. Sebagai contoh, media massa, baik cetak maupun elektronik telah merambah ke dunia maya atau yang kita kenal dengan internet. Hal ini dapat menciptakan pasar baru di kalangan kaum muda yang lebih suka mengakses informasi maupun hiburan melalui internet. Di sisi lain, teknologi bisa mengubah pasar media yang tadinya berupa massa, menjadi komunitas bahkan hingga tahap individual.

Lokakarya kebijakan komunikasi bertajuk “*The power of the individual in the information age*” di Aspen institut, Colorado, Amerika Serikat, Agustus 1981, menyebut kemajuan teknologi di bidang komunikasi media akan memperkokoh ekonomi. Berikut merupakan 5 pertanyaan yang disebutkan oleh Lokakarya mengenai kemajuan teknologi di bidang komunikasi media dalam memperkokoh ekonomi.

- Teknologi yang efisien membuat pekerjaan menjadi produktif di bidang informasi.
- Teknologi informasi/media dapat menjadi substitusi berupa *energy-clean* bagi proses/teknologi lain yang menimbulkan polusi dan menghabiskan energi.
- Informasi pasar lebih mudah diperoleh, menghasilkan transaksi yang efisien dan langkah yang lebih jitu untuk memperbaiki kegagalan.



- Penyampaian jasa akan lebih murah, sebab sistem baru memperluas “kehadiran” penyedia jasa dan membantu dalam membangkitkan pasar.
- Dengan berkurangnya ketidak pastian, “kerja sama” antara pasar dan pemerintah pada kondisi-kondisi baru akan semakin cepat dan efisien dengan menggunakan teknologi baru.

### 2.2.3 *Esports*

Dalam jurnal Juho Hamari, Max Sjöblom, (2017) *eSports* adalah sebuah “bentuk olahraga di mana aspek utama olahraga difasilitasi oleh sistem elektronik; pemain dan tim serta output dari sistem *eSports* dimediasi oleh komputer. Dalam istilah yang lebih praktis, *eSports* umumnya mengacu pada video game yang kompetitif (*pro scene* dan amatir) yang sering dikoordinasi oleh liga yang berbeda, tingkatan dan turnamen, dan di mana para pemain biasanya menjadi anggota tim atau organisasi “olahraga” lainnya yang disponsori oleh berbagai organisasi bisnis.

Selama beberapa tahun terakhir, *eSports* (olahraga elektronik) telah menjadi salah satu bentuk media baru yang paling cepat berkembang dengan didorong oleh semakin maraknya permainan (*online*) dan teknologi penyiaran online seperti (Twitch.tv). Diperkirakan bahwa lebih dari 70 juta orang menonton *eSports* selama 2013 (Warr, 2014 dalam jurnal Juho Hamari, Max Sjöblom, (2017) ). Menonton atau

mengamati suatu permainan pada *eSports* dapat dianalogikan secara mudah sebagai salah satu aktivitas yang mirip dengan menonton olahraga tradisional lainnya seperti sepak bola, basket, voli dan sebagainya. Namun, dengan munculnya *eSports*, olahraga semakin menjadi bentuk sebuah media yang dimediasi komputer dan teknologi informasi yang mungkin memerlukan cara baru dalam mempelajari penggunaan teknologi informasi. Ini khususnya terjadi karena konten media *eSports* disampaikan melalui penyiaran terkomputerisasi (seperti *streaming* internet), dan karena aktivitas olahraga itu sendiri dimediasi oleh komputer. Ini membuat *eSports* menjadi subjek studi yang semakin menarik untuk bidang teknologi informasi secara umum. Pendapat Warr dan Hamari mengenai *eSport* sebagai media juga didukung oleh Gentile dan Anderson dalam bukunya yang berjudul “Media Violence and Children : A Complete Guide For Parents and Professionals” yang berpendapat bahwa, pada tahun 1972, bentuk hiburan baru menjadi tersedia secara komersil dengan adanya video game pong pada tahun 1972, dalam permainan ini dua pemain diarahkan untuk mencoba “memukul bola elektronik” secara bergantian. Dari awal yang sederhana ini, sebuah revolusi industri hiburan lahir dan didukung dengan pendapatan pada permainan interaktif jauh lebih besar dibandingkan dengan industri film dalam negeri. Pada tahun 1980an video game menjadi salah satu media hiburan yang mendominasi untuk kalangan anak-anak pada jangka waktu yang singkat, namun lebih lanjut lagi menurut Gentile dan Anderson video game merupakan media hiburan yang memiliki dampak buruk karena didalamnya terdapat konten kekerasan.

Paling umum, *eSports* sering kali dikonsumsi dengan menonton *streaming* langsung di media internet, di mana selain menonton sebuah rangkaian acara, penonton dapat berpartisipasi dalam interaksi sosial di sekitarnya, misalnya, dalam bentuk fitur obrolan yang telah disediakan oleh media yang digunakan.

Karena *eSports* secara umum dimediasi oleh komputer, *spectating* tidak akan pernah bisa dilakukan tanpa aspek yang diperantarai komputer/*Smartphone* karena penonton yang menonton acara *eSport* “*live*” harus akhirnya menonton acara dari output komputer seperti layar video atau monitor.

Juho Hamari dan Max Sjöblom dalam jurnalnya berkata bahwa terdapat sebuah perbedaan antara olahraga tradisional dengan *eSports* adalah perangkat yang digunakan pada saat melakukan aktivitas olahraga tersebut. Alat-alat yang digunakan untuk menjalankan aktivitas *eSports* adalah Sebuah komputer (Perangkat keras yang digunakan oleh pemain adalah: misalnya mouse, keyboard, mikrofon, sensor gerak, sensor berat, sensor percepatan. Sedangkan output untuk komputer: misalnya perangkat layar, masukan haptik, perangkat audio), dan untuk olahraga tradisional tidak diperlukan perangkat yang spesifik untuk melaksanakannya melainkan hanya objek manusia-fisik saja. Weiss dan Schiele, 2013 dalam Juho Hamari, Max Sjöblom, (2017) “, Internet Research, Vol. 27 Issue: 2, pp.211-232 menemukan bahwa persaingan, tantangan dan salah satu cara untuk pelarian dari kenyataan terkait secara positif dengan penggunaan atau minat untuk bermain *eSports*.

Menurut B-Bramantya didalam jurnal Pengertian umum eSport, *eSports* terbagi menjadi dua jenis aktifitas yakni; *eSports* dengan menggunakan aktifitas fisik dan *eSports* yang tidak menggunakan aktifitas fisik.

Aktifitas permainan *eSports* yang menggunakan aktifitas fisik pada umumnya memerlukan para pemain untuk menggerakkan tubuhnya yang akan diterjemahkan kedalam permainan sebagai gerakan-gerakan tertentu yang harus dilakukan, gerakan fisik ini akan diterjemahkan kedalam permainan tersebut dengan menggunakan *Kinect* (*Kinect* merupakan sebuah sensor bar yang dapat menerjemahkan sebuah gerakan fisik di dunia nyata menjadi sebuah gerakan atau perintah virtual di dalam permainan) beberapa permainan yang membutuhkan aktifitas fisik ini antara lain; *Kinect Sports*, *Your Shape : Fitness Evolved*, *Wii Sports*, *EA Sports*, dll.

Noer,M.K dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis faktor enjoyment experiences ketika bermain video game demi menciptakan entertainment effect” berkata bahwa video game merupakan salah satu jenis media baru yang bersifat interaktif serta video game juga dikatakan sebagai media entertainment. Motivasi pemain pun memiliki pengaruh pada media interaktif seperti video game, berbeda dengan media konvensional, pada media konvensional, media memiliki sifat yang lebih dominan dalam mengatur perasaan atau mood. Namun pada interaktif media, khususnya video game, motif lain diluar mood management menjadi lebih dominan karena pada media interaktif konsumen lebih dominan dalam mengatur perasaan atau mood mereka.

**Gambar 2.2 : Pemain melakukan gerakan melempar bola pada permainan Wii Sports, Baseball (sumber: google.com)**



Kemudian yang kedua terdapat *eSports* yang tidak menggunakan aktifitas fisik seperti melakukan gerakan-gerakan seperti Gambar 1.1 melainkan menggunakan tombol-tombol yang telah tersedia sebagai alat untuk menggerakkan atau mengendalikan tokoh-tokoh yang ada di dalam permainan, selain itu aktifitas non fisik yang digunakan juga berupa strategi, pola pikir, kerja sama, serta pengalaman selama para pemain bermain. Contoh permainan yang tidak menggunakan aktifitas fisik adalah; Dota2, League of Legends, Counter Strike, World of Warcraft, Battlefield, dsb.

**Gambar 2.3 : Para pemain video game eSport non fisik (Sumber: google.com)**



### ***2.2.3.1 The Motivation for Esports Consumption***

Penelitian mengenai konsumsi olahraga sudah sering diteliti pada objek seperti mengenai konsumsi pada media dan konten media dengan memfokuskan pada motivasi mengenai mengapa orang suka mengkonsumsi hal tersebut, bagaimana cara mereka mengkonsumsi konten media, serta jenis kebutuhan apa yang diberikan oleh media sehingga dapat menjadi sebuah kepuasan bagi para consumer.

Penelitian tentang konsumsi olahraga juga telah banyak dilakukan terutama pada bidang akademik manajemen olahraga, namun dengan kemunculan *eSports*, olahraga semakin dilihat sebagai media dari bentuk mediasi komputer. Hal ini terjadi tidak hanya konten-konten yang ada dalam media olahraga dan konten dapat disampaikan melalui streaming di internet, namun secara keseluruhan aktivitas yang terjadi telah dimediasi oleh komputer.

Aspek aspek dari *eSports* menjadikan olahraga merupakan subjek yang menarik untuk studi media, dan juga untuk mempelajari komunikasi yang berbasis elektronik (diperantarai oleh komputer). Dalam bidang komunikasi dan penelitian media, kerangka teori pemanfaatan dan gratifikasi (UGT) mungkin merupakan sebuah perspektif yang paling umum diadopsi yang telah digunakan untuk menganalisis konsumsi media (Katz et al., 1973, 1974; Wang et al., 2008; West and Turner, 2010 dalam jurnal Juho Hamari, Max Sjöblom, (2017) ).

Dalam jurnal Juho Hamari, Max Sjöblom, (2017) UGT (Uses and Gratifications) secara khusus telah digunakan dalam penelitian dalam konteks online (LaRose dan Eastin, 2004; Papacharissi dan Mendelson, 2010; Papacharissi dan Rubin, 2000; Whiting dan Williams, 2013), termasuk game online (Wu et al., 2010), Facebook (Joinson, 2008), streaming video (Cha, 2014; Chiang dan Hsiao, 2015; Sjöblom dan Hamari, 2017), Twitter (Johnson dan Yang, 2009; Chen, 2011) dan olahraga fantasi (Farquhar and Meeds, 2007)

Dalam jurnal Juho Hamari, Max Sjöblom, (2017) ” UGT adalah pendekatan teoritis untuk memahami mengapa dan bagaimana orang mengkonsumsi atau menggunakan berbagai jenis media untuk memenuhi berbagai jenis kebutuhan. UGT secara khusus berfokus pada pemahaman konsumsi media dari perspektif individu daripada jenis media. Untuk tujuan ini, UGT menganggap individu sebagai sadar akan konsumsi mereka sendiri, dan juga bahwa media bersaing untuk kepuasan dengan sumber lain (Katz et al., 1974).

Dalam jurnal ini Hamari dan Sjoblom dan MSSC telah menetapkan beberapa faktor untuk mengukur motivasi konsumsi *eSports*. MSSC telah melalui beberapa perubahan terhadap faktor faktor yang mempengaruhi minat konsumsi *eSports*, dan telah menghasilkan beberapa variasi yang terdiri dari delapan hingga sepuluh konstruk (Fink et al., 2002; Trail et al., 2000; Trail dan James, 2001)

### **2.2.3.2 Various Achivement**

Dalam jurnal Hamari dan Sjoblom, (Cialdini et al., 1976; Cialdini dan Richardson, 1980; Krohn dkk., 1998 ; Smith, 1988; Trail et al., 2000; Wann, 1995) berkata bahwa Various achievement mengacu kepada cara para pemain berempati dengan pemain lainnya serta adanya dorongan ingin hidup bersama dengan karakter dalam konten media dan dalam konteks olahraga para pemain ingin memiliki sebuah pencapaian dengan memiliki satu tim bermain serta memiliki relasi dengan pemain lainnya yang mempunyai ketertarikan yang sama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Various achievement memiliki



keterkaitan kuat dengan komponen sosial, dikarenakan berhubungan dengan perasaan ingin bergabung dengan sebuah komunitas, ingin memiliki hubungan dengan para atlet profesional serta adanya minat untuk bergabung dengan kelompok para pemain lainya yang memiliki ketertarikan yang sama dengan sebuah tim profesional.

### **2.2.3.3 Aesthetic of Esports**

Dalam Hamari dan Sjoblom, Wann et al., 1999; Wann dan Wilson, 1999; Krohn et al., 1998; Smith, 1988 berkata bahwa Elemen visual menjadi faktor paling penting dalam dalam olahraga dari sisi para penonton. Dalam bidang *eSports* Seo, 2013 berkata bahwa pengalaman estetika yang dirasakan dalam *eSports* lebih holistik dibandingkan dengan pengalaman estetika olahraga pada umumnya seperti sepak bola, salah dua contoh estetik yang ada dalam *eSports* adalah transendental sebuah karakter yang dibangun dari berbagai faktor liminal atau dengan kata lain adanya ritual tertentu dan yang kedua adanya fantasi dari para konsumen (Kozinets et al., 2004, hal. 658 dalam Hamari dan Sjoblom).

### **2.2.3.4 Drama**

Menurut Raney dan Depalma, 2006; Su-lin et al., 1997; Peterson dan Raney, 2008 dalam Hamari dan Sjoblom Drama merupakan faktor paling

penting bagi para penikmat olahraga secara umum. Masih dalam jurnal yang sama Cheung dan Huang, 2011 berkata bahwa dalam bidang *eSports* drama juga menjadi salah satu elemen penting guna untuk menambah pengalaman menonton karena adanya rasa ketidakpastian akan seorang pemain dalam suatu tim, karena pada umumnya dalam *eSports* pemain akan berganti tim yang disebabkan oleh banyak faktor salah satunya adalah adanya permasalahan internal yang terjadi dalam tim.

#### **2.2.3.5 Escapism**

Escapism mengacu kepada sejauh mana media dapat membuat relax para konsumen dari rutinitas sehari-hari serta menjadikan media sebagai alat untuk mengalihkan perhatian dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Gantz, 1981; Gantz dan Wenner, 1991, 1995; Krohn et al ., 1998; Wann, 1997; Wenner dan Gantz, 1998; Wann et al., 2008 dalam Hamari dan Sjoblom berkata bahwa Escapism telah terbukti berdampak secara signifikan untuk menonton olahraga dan tidak seperti bentuk motivasi emosional yang lain, motivasi Escapism tidak terlalu bergantung kepada hasil yang aktual dari sebuah permainan karena dalam faktor ini para pemain difokuskan kepada motivasi untuk menonton sebuah pertandingan yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mengalihkan perhatian dari rutinitas kehidupan sehari hari.

### **2.2.3.6 The Acquisition of Knowledge**

Akuisisi yang di maksud dalam hal ini adalah membangun pengetahuan yang mengacu pada tingkat konsumsi media yang memungkinkan dapat memperoleh pengetahuan yang lebih. Dalam olahraga tradisional terdapat dua motivasi kognitif penting untuk para penonton olahraga pertama, mempelajari tentang permainan yang di minati baik secara individual maupun tim (Gantz dan Wenner, 1995; Wenner dan Gantz, 1998) dan yang kedua adalah mengumpulkan informasi dari pertandingan yang telah dilihat dan informasi tersebut akan dibagikan dalam percakapan tentang olahraga yang mungkin akan di bicarakan dalam sebuah diskusi tertutup maupun obrolan bersama teman. Dalam Hamari dan Sjoblom, Hamilton et al., 2014 berkata bahwa akuisisi pengetahuan telah terbukti menjadi faktor penting dalam streaming video game. Dalam dunia *eSports*, strategi dan taktik seringkali di tiru oleh para penonton lalu di aplikasikan kedalam video game yang sama. Terkait dengan perolehan pengetahuan, sebagian besar penonton *eSports* memainkan permainan yang sama, Hamari dan Sjoblom berpendapat bahwa mereka memiliki pengalaman dan fasilitas untuk menghargai para atlet yang sama, memahami konsep, strategi dan taktik cara bermain yang sama, serta mengagumi keterampilan para atlet profesional.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### **2.2.3.7 *Appreciation of Player Skills***

Para penonton seringkali memiliki perasaan yang senang ketika menyaksikan keterampilan tinggi yang diperlihatkan oleh para pemain profesional dan hal ini telah disepakati secara terbuka dalam event *eSports*, kesepakatan yang dimaksud dalam hal ini adalah bahwa adanya pengakuan dari khalayak bahwa pemain profesional memiliki kemampuan yang tidak biasa atau lebih tinggi dari pemain pada umumnya. Milne dan McDonald, 1999 dalam Hamari dan Sjoblom berpendapat bahwa hal ini menjadi salah satu faktor motivasi konsumsi *eSports* yang memiliki pengaruh positif.

### **2.2.3.8 *Social interaction***

Bersosialisasi dengan teman sebaya telah terbukti sangat penting dalam olahraga tradisional (Dietz-Uhler et al., 2000; Eastman dan Land, 1997; Gantz, 1981; Gantz dan Wenner, 1991; Melnick, 1993), hal ini juga berdampak penting dalam *eSports* terutama pada saat bermain sebuah gim (Hamilton et al., 2014; Sherry et al., 2006) dalam jurnal Hamari dan Sjoblom. Para penonton *eSports* umumnya terhubung dengan obrolan online yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengomentari ataupun memberi saran kepada pemain atau atlet profesional dan bisa juga digunakan untuk menghibur pemain atau tim favorit dari para penonton. Pada umumnya *eSports* di konsumsi melalui media komputer dan dikonsumsi secara online melalui internet oleh karena itu Hamari

dan Sjoblom berasumsi bahwa ikatan yang tercipta antar pemain seringkali terjadi secara online melalui sarana yang dikomputasi.

#### **2.2.3.9 Novelty**

Trail dan James, 2001 dalam Hamari dan Sjoblom berpendapat bahwa gratifikasi yang terkait dengan hal-hal baru dalam sebuah media olahraga mengacu pada kenikmatan dan kegembiraan terkait dengan melihat pemain dan tim-tim baru di dunia olahraga dan dianggap sebagai salah satu faktor utama mengapa orang mengonsumsi olahraga. Karena *eSports* di Indonesia masih terbilang cukup muda sebagai suatu olahraga atau industri baru, hanya ada beberapa tim dan game yang diselenggarakan secara relatif. Dengan demikian hal itu membuat adanya pemain atau bakat-bakat baru yang terus berdatangan dan peristiwa tersebut terus berkembang seiring perkembangan *eSports* di Indonesia. Oleh karena itu Hamari dan Sjoblom berpendapat bahwa sesuatu yang baru dalam dunia *eSports* juga menjadikan salah satu faktor positif terhadap frekuensi mengonsumsi *eSports*.

#### **2.2.3.10 Interactive Media**

Menurut Dhir.R (2019) Media interaktif adalah metode komunikasi yang dimana output program yang dijalankan bergantung kepada input pengguna

dan input pengguna pada waktu tertentu juga mempengaruhi output programnya. Secara sederhana media interaktif mengacu kepada berbagai cara dimana konsumen memproses dan berbagi informasi, atau bagaimana mereka berkomunikasi antar individu melalui media. Media interaktif memungkinkan orang untuk terhubung dengan orang lain baik dengan perseorangan atau organisasi dan juga media interaktif dapat menjadikan para konsumernya sebagai peserta aktif dalam media yang sedang mereka konsumsi.

Tujuan dari media interaktif adalah untuk melibatkan pengguna dan berinteraksi dengannya dengan cara yang tidak dilakukan oleh media non-interaktif contohnya seperti media internasional televisi dan radio, pada awalnya media tradisional tidak memerlukan partisipasi aktif karena media tradisional dianggap sebagai supremasi dalam konteks penyebaran informasi. Bentuk media tradisional ini membuat para konsumernya lebih pasif dan para konsumen yang tidak memiliki wawasan mengenai media, tidak memiliki kesempatan untuk dapat memilah informasi yang akan diterima.

Tetapi dengan munculnya internet pada tahun 1990-an, terjadi perubahan pada media dimana media telah memiliki konsumen aktif, yang dimaksud aktif adalah dengan dapat memberikan feedback terhadap konten yang disediakan, serta konsumen yang telah menggunakan internet juga mulai terbuka dengan media. Ketika teknologi berkembang, konsumen diberikan alat yang berbeda melalui mana media interaktif disajikan. Akses ke

internet beralih dari utilitas mahal yang dulu hanya tersedia melalui dial-up ke alat nirkabel yang dapat diakses dengan sentuhan jari. Komputer dan smartphone menjadi alat kebutuhan dirumah dan tempat kerja sebagai media untuk mengakses internet sehingga dapat membuat konsumen dapat menjadi lebih mudah untuk berinteraksi antar sesama pengguna media interaktif.

Tidak seperti pada media tradisional, media interaktif bertujuan untuk memperkaya dan membentuk pengalaman bagi para penggunanya. Tidak semua media dapat dikatakan interaktif karena media interaktif juga memiliki perantara yang dibutuhkan untuk memperkaya pengalaman dalam bermedia, unsur – unsur yang umumnya terdapat pada media interaktif adalah :

- *Graphics*

Menurut Sipegel. M.R & Stephens L.R (2012) berpendapat bahwa graphics merupakan tampilan dari gambar-gambar yang dihubungkan dengan variabel-variabel.

- *Animation*

Menurut Agus Suheri (2018) animasi adalah “kumpulan gambar yang telah diproses sedemikian rupa sehingga bisa menghasilkan gerakan.”

- *Digital Text*

Menurut Seok, Meyen, dan DaCosta, B. digital text adalah text yang telah dikodekan untuk kreasi dan transmisi elektronik

digital, umumnya digital teks ditampilkan di ponsel atau komputer pribadi dan perangkat lunak pengolah kata.

- *Video*

Munir (2013: 18) dalam Marhani berpendapat bahwa video adalah “media digital yang menunjukkan susunan atau urutan gambar-gambar bergerak dan dapat memberikan ilusi atau fantasi.”

- *Audio*

Menurut Sadiman (2005:49) media audio adalah bentuk sebuah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan kepada konsumen media dalam bentuk lambang – lambang auditif, baik dalam bentuk verbal (ke dalam kata – kata atau bahasa lisan ) maupun dalam bentuk non verbal.

Menurut Glaucoma, Christina R. (2007) Terdapat beberapa efek dalam interaktif media yakni; *social and emotional development, language development, physical well-being and motor development, cognition and general knowledge, Approaches Toward Learning, Disabled and Learning Disabled Children, Socio-economics, Race and Ethnicity*. Berikut merupakan penjelasan mengenai efek yang terdapat dalam interaktif media dalam jurnal “*The effects of interactive media on preschoolers’ Learning*” Glaucoma, Christina.R.;



- *Social and emotional development*

Van Scoter (2001; NAEYC, 1996) berpendapat bahwa meskipun beberapa organisasi dan peneliti menyarankan bahwa teknologi tidak boleh menggantikan peran interaksi sosial dan hubungan secara langsung, namun teknologi dapat digunakan sebagai sebuah katalis atau alat untuk mempermudah interaksi sosial dan komunikasi antar individu. Clements (1994) dan Haugland & Wright (1997) menemukan adanya peningkatan tingkat komunikasi secara lisan dan peningkatan dalam hal kerjasama para anak – anak yang menggunakan komputer dengan teman sekelasnya, selain itu mereka juga menemukan bahwa anak – anak yang bermain dengan menggunakan media komputer dapat berbagi peran kepemimpinan di komputer, memiliki unsur kerjasama yang strategis, serta memulai interaksi dengan orang lain secara intensif. Wartella, O’Keefe & Scantlin (2002b) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa internet juga dapat membantu menghubungkan anak – anak dengan orang lain daripada mengisolasi mereka secara sosial. Menurut Cordes & Miller (2000) berdasarkan penemuan diatas masing-masing temuan diatas tampaknya menghilangkan kekhawatiran bahwa komputer akan mengisolasi anak – anak

secara sosial serta, Van Scoter (2001) mendukung pendapat Cordes & Miller dengan menemukan teknologi interaktif telah mendukung anak – anak untuk perkembangan emosi yang dimiliki anak – anak tersebut. Selain didapati adanya perkembangan dalam hal sosial Lewin (2000), Sivin-Kachala & Bialo (1994) juga menemukan bahwa komputer menjadi salah satu media untuk meningkatkan konsep diri pada anak – anak.

Masih dalam jurnal yang sama, Calvert (2006) dan Wartella (2002b) menemukan adanya satu efek negatif yang dimiliki oleh teknologi interaktif terhadap perkembangan sosial dan emosional anak – anak yakni adanya peningkatan perilaku agresif yang dialami oleh beberapa anak setelah bermain video game komputer yang memiliki unsur kekerasan, pendapat Calvert dan Wartella tentang dampak negatif ini didukung oleh beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian mengenai permainan yang penuh dengan kekerasan, dan dalam penelitian tersebut sangat menunjukkan bahwa hal – hal negatif tersebut sangat berdampak kepada anak – anak yang belum sekolah.

• *Language Development.*

Masih dengan jurnal yang sama, dalam jurnal ini beberapa ahli berpendapat bahwa dengan adanya media interaktif anak – anak tidak hanya terbantu dalam membangun kehidupan sosial yang mereka miliki, namun disamping itu media interaktif juga mampu mendukung perkembangan bahasa dan literasi keterampilan anak – anak melalui peluang dan motivasi yang dapat mereka hasilkan (Siraj Blatchford, 2001 dan Van Scoter, 2001). Selanjutnya Davidson & Wright (1994) juga menemukan bahwa anak – anak yang memiliki pendidikan lebih mengenai komputer ditemukan dapat menggunakan pola bicara yang lebih kompleks dan memiliki keinginan untuk terlibat dalam komunikasi verbal tingkat tinggi (Clements, Natasi & Swaminathan 1993). Hal ini didukung karena anak – anak cenderung menceritakan apa yang mereka lakukan saat mereka memindahkan objek atau gambar yang terlibat dalam suatu program (Bredekamp & Rosegrant, 1994), dalam hal ini contoh yang peneliti ambil adalah permainan daring.

• *Physical well-being and motor development*

Terdapat beberapa kekhawatiran bahwa penggunaan komputer yang berlebihan dapat menjadi kecanduan dan dapat menyebabkan kerusakan fisik anak muda anak – anak dalam

betuk cedera otot-rangka, seperti sindrom terowongan karpal, ketegangan visual, dan obesitas karena kurangnya olahraga gerak tubuh (Ploughman & Stephen, 2003, Van Scoter, 2001 dan Cordes & Miller, 2000). Selain itu Ploughman & Stephen (2003) dengan American Academy of Pediatrics (2006) juga menyatakan adanya kekhawatiran tentang privasi anak – anak, keamanan, serta paparan iklan di internet, oleh karena itu American Academy Pediatrics (2001) menyarankan untuk membatasi total waktu bermain anak – anak yang menggunakan media komputer, televisi, atau bermain video game, hingga satu atau dua jam per harinya dan menyarankan untuk memberikan istirahat yang cukup, melibatkan anak – anak dalam kegiatan fisik dan menerapkan prosedur yang telah disarankan diatas.

- *Cognition and general knowledge*

Meskipun penelitian mengenai ini masih terbilang sedikit namun sebagian besar dari penelitian yang sudah dilakukan mengenai interaktif media dan anak – anak pra sekolah. Hasil penelitian yang telah dilakukan pun memiliki variasi yang berbeda, beberapa menunjukkan efek positif pada kognisi dan beberapa menunjukkan tidak ada efek berlebih atau tidak

membahayakan. Terlepas dari temuan yang ada, sebagian besar para peneliti menyimpulkan bahwa konten dari media interaktif memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan dengan teknologi itu sendiri.

Pada akhirnya, beberapa peneliti telah menyimpulkan bahwa dengan memiliki akses ke komputer sudah cukup untuk mendukung hasil belajar. Hess & McGarvey (1987) melakukan penelitian dengan memberikan komputer serta perangkat lunak berupa program untuk membaca dan belajar matematika kepada tiga kelas taman kanak – kanak, namun ada satu kelas yang diberikan fasilitas lebih yakni dengan menerima fasilitas komputer untuk dirumahnya. Pada akhir penelitian mereka Hess & McGarvey menemukan bahwa siswa yang menggunakan komputer memiliki keuntungan yang lebih besar serta memiliki kesiapan dalam membaca dan pengetahuan keyboard seperti dapat mengetik lebih cepat dan juga lebih mahir menggunakan komputer dibandingkan dengan siswa yang tidak menggunakan komputer. Sedangkan para siswa yang diberikan fasilitas komputer dirumah memiliki hasil belajar yang lebih besar daripada yang hanya menggunakan komputer disekolah.

- *Approaches Toward Learning*

Media interaktif memiliki manfaat lebih dalam membantu beberapa siswa dengan gaya belajar yang berbeda dalam menemukan cara – cara baru untuk mengeksplorasi dan memahami materi dan dalam mendemonstrasikan apa yang telah mereka pelajari. Perangkat lunak dapat dibuat dengan memiliki fitur khusus untuk mempelajari visual, verbal, pendengaran/pengucapan dan sentuhan.

- *Disabled and Learning Disabled Children*

Terlepas dari posisi seseorang dalam pengenalan teknologi interaktif ke dalam sebuah kelompok, tampaknya ada dukungan universal untuk menggunakan teknologi guna membantu siswa penyandang cacat dan berkebutuhan khusus (NAEYC, 1996; Alliance for Childhood, 2000). Asosiasi Nasional untuk Pendidikan Anak Kecil (1996) berpendapat bahwa “ untuk anak – anak yang memiliki kebutuhan khusus, teknologi memiliki sangat banyak manfaat yang berpotensi untuk membantu pembelajaran mereka. Selain teknologi dapat menjadi sebuah alat kompensasi yang kuat untuk mereka belajar, teknologi juga dapat menambah input sensorik atau mengurangi gangguan, dalam bentuk memberikan dukungan untuk pemrosesan kognitif

atau meningkatkan daya memori ingatan mereka, selanjutnya komputer juga dapat berfungsi sebagai tutor pribadi “sesuai permintaan” dan juga teknologi dapat dijadikan sebagai alat perangkat pendukung yang mendukung fungsi independen dengan bahan – bahan yang diadaptasi, oleh karena itu menurut Asosiasi Nasional untuk Pendidikan Anak Kecil (1996) dengan adanya teknologi anak – anak penyandang cacat tidak lagi harus dikecualikan dari sebuah kegiatan sosial.

- *Socio-economics, Race and Ethnicity*

Bagian ini membahas mengenai anak – anak yang kurang beruntung secara sosial-ekonomi untuk dapat menggunakan teknologi interaktif. Didasari oleh kemampuan akses yang berbeda seringkali memiliki kualitas yang berbeda dalam mengembangkan diri. Snyder, Angus & Sutherland-Smith (2002) menemukan bahwa hanya dengan memberikan fasilitas komputer dan internet kepada keluarga yang secara historis kekurangan, tidak dapat menjembatani hilangnya “kesenjangan digital” seperti yang telah diperikrakan oleh Van Scoter. Sebaliknya, keluarga perlu melihat teknologi sebagai sesuatu yang berguna dalam mengembangkan informasi dan dapat

digunakan sesuai dengan gaya hidup serta nilai-nilai mereka sendiri sebelum dapat mengambil manfaat dari peluang pendidikan yang dapat ditawarkan oleh teknologi.

#### **2.2.3.11 *Enjoyment of Agresion***

Penikmatan agresi mengacu kepada kenikmatan yang berasal dari menyaksikan perilaku agresif, sikap yang tegas, dan permusuhan yang ditunjukkan oleh para pemain. Wann et al., 1999, 2008; Wann dan Wilson, 1999 dalam Hamari dan Sjoblom menemukan bahwa preferensi terhadap estetika secara signifikan berdampak pada kenikmatan diri sendiri dan pada konsumsi olahraga yang secara khusus digolongkan sebagai perilaku agresif. Karena permainan *eSports* utamanya terjadi dalam batasan sistem elektronik, secara intuitif seseorang dapat menganggap bahwa agresi fisik bukanlah menjadi aspek yang penting atau tidak akan terjadi di dunia *eSports*. Namun, sebagian besar rekaman video bermain dan siaran *eSports* para pemain sebelum, selama, dan setelah pertandingan, seringkali ditonton oleh para pemain lainya dan faktanya hal ini sangat disukai oleh pemain lainya untuk menunjukkan perilaku agresif, dengan misalnya memukul meja tempat mereka bermain.



### **2.2.3.12 *Physical Attractiveness***

Dalam dunia *eSports*, kita dapat membedakan kepuasan estetika menjadi dua kategori yang berbeda yakni : dari sisi para pemain (player/orang yang bermain) dan sisi permainan. Menurut Duncan dan Brummett, 1989; Guttman, 1996 dalam Hamari dan Sjoblom membangun daya tarik fisik mengacu pada apresiasi penampilan orang dan karakter di media dan dalam konteks olahraga para penonton seringkali tertarik dengan para pemain dari sisi fisik dan bukan dari cara mereka bermain.

### **2.2.4 *Generasi Z***

Menurut Tapscott (2008) dalam Siti Mahani binti Muhazir dan Nazlinda binti Ismail, *Generasi Z: Tenaga Kerja Baru dan Cabarannya*, generasi Z adalah golongan yang dilahirkan pada tahun 1998 hingga 2009, generasi ini juga telah mengenal teknologi lebih dekat dari generasi sebelumnya sehingga sering di sebut dengan generasi teknologi. Generasi ini telah menjelajah internet seiring perkembangannya waktu dan pertumbuhan usia mereka. Generasi Z sendiri telah dibimbing dan digalakkan oleh orang tuanya menggunakan dunia sosial sejak kecil, salah satu contoh ketika ada anak baru lahir, para orang tua cepat langsung membuat akun sosial media mereka guna untuk memperbaharui kabar berita tentang anak yang mereka miliki.

Masih menurut Muhazir dan Ismail, *Generasi Z: Tenaga Kerja Baru dan Cabarannya*, generasi Z telah hidup dan besar dalam dunia yang semuanya serba

teknologi seperti handphone, komputer, internet, dsb. 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. Pada hakikatnya teknologi tidak dapat dianggap sebagai salah satu pengaruh buruk bagi generasi ini karena dengan adanya teknologi kita manusia di mudahkan dalam hal berkomunikasi jarak jauh.

Selanjutnya Muhazir dan Ismail mengatakan bahwa Generasi Z juga melihat teknologi dari sisi yang positif dan menganggap bahwa teknologi sebagai alat komunikasi yang bersifat 'nyata dan realistik', maksud dari nyata dan realistik ini adalah ketika para orang tua jauh dari rumah mereka (para generasi Z) masih dapat berkomunikasi melalui teknologi yang mereka punya, tidak hanya berkomunikasi namun mereka juga dapat bertatap muka melalui panggilan video yang merupakan fitur dari smartphone saat ini. Salah satu contoh media komunikasi yang di pakai oleh generasi Z atau generasi teknologi ini adalah (SMS),Whatsapp, Skype (guna untuk melakukan panggilan video kepada rekan atau keluarga), dsb.

Terdapat beberapa ciri-ciri guna mengenali generasi Z. Generasi Z dikenal pada saat ini kebanyakan sedang memasuki usia remaja, selain itu generasi ini juga terlihat berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi ini masih dalam tahap evolusi dan sedang didalam fase mempelajari berbagai kegiatan dalam hidup seperti baru menyelami dunia bekerja. Generasi ini juga dikenal sebagai generasi yang telah mahir menggunakan alat-alat komunikasi berbasis teknologi sejak dini, beberapa contoh

teknologi komunikasi yang dipakai oleh generasi ini adalah komputer, ponsel pintar berinternet, mp3, dsb. Karena generasi ini menjalani hidup yang lebih tersusun dan bermoral generasi ini dilihat mampu sebagai suatu generasi yang matang dalam hal banyak, bertanggungjawab serta memiliki nilai sosial yang tinggi, oleh karena itu generasi ini juga memiliki tingkat toleransi yang tinggi terhadap kaum wanita dan menganggap bahwa wanita dan laki-laki memiliki kedudukan yang sama derajatnya. Generasi ini juga memerlukan teknologi seperti ponsel untuk kehidupan sehari-hari mereka dan sangat bergantung terhadap teknologi tersebut guna untuk melakukan komunikasi dengan rekan maupun dengan keluarga. Namun generasi ini memiliki kelemahan yakni; kemahiran dalam interpersonal dan juga berkomunikasi secara fisik

### **2.2.5 Trust.**

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 [Doney & Cannon 1997; Gefen 2002; Pavlou & Gefen 2004]. Karena lingkungan online adalah suatu yang impersonal, konsumen sering merasa lebih tidak pasti tentang vendor online dan hasil dari suatu transaksi online.

Vendor online harus bertindak dengan sengaja untuk membantu konsumen mengatasi ketidakpastian serta masalah yang terjadi dengan membangun kepercayaan di situs web vendor dan di internet sebagai media untuk transaksi [Nijite & Parsa 2005 dalam Wu dan Liu 2007].

Para peneliti percaya bahwa Trust adalah sebuah fondasi dari e-commerce (suatu perdagangan elektronik berbasis internet) [Fukuyama 1995; Keen 1999; Morgan & Hunt 1994; Williamson 1985 dalam Wu dan Liu 2007] dan merupakan faktor paling penting dalam keberhasilan vendor online [Kimery & McCord 2002; McKnight et al. 2002 dalam Wu dan Liu 2007].

Tidak seperti Trust offline tradisional, objek Trust dalam e-commerce adalah situs web dan Internet sebagai media transaksi [Bart et al. 2005; McKnight et al. 1998 dalam Wu dan Liu 2007]. Trust offline tradisional dikembangkan berdasarkan interaksi konsumen dengan toko fisik, sementara kepercayaan online dihasilkan melalui interaksi konsumen dengan situs web vendor online [Jarvenpaa et al. 2000 dalam jurnal Wu dan Liu 2007].

Lebih khusus, faktor-faktor seperti persepsi konsumen tentang kemampuan situs untuk melakukan kegiatan yang diharapkan, keakuratan informasi yang disediakan oleh situs, dan kesesuaian situs antara mengatakan dan melakukan, akan berkontribusi pada persepsi Trust di situs tersebut [Bart et Al. 2005; Koufaris & Hampton-Sosa 2004 dalam jurnal Wu dan Liu 2007].

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 berakhir

pada ketidakpastian dalam konteks game online. Gangguan jaringan, kelebihan beban/bobot server, atau kegagalan koneksi pada server dapat sangat mengganggu pengalaman dan minat para pemain game [Claypool & Claypool 2006 dalam Wu dan Liu 2007]. Oleh karena itu, pemain game online mungkin memiliki kekhawatiran tentang apakah situs web dapat memberikan layanan game online berkualitas. Kekhawatiran dan kekhawatiran semacam itu menuntut keterlibatan kepercayaan dalam konteks game online.

### **2.2.6 *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 penelitian 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 Wu dan Liu 2007].

Sebagai konseptualisasi motivasi intrinsik, Enjoyment telah menerima banyak perhatian penelitian dalam beberapa tahun terakhir [Li et al. 2005; Koufaris 2002; Venkatesh 2000 dalam Wu dan Liu 2007].

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 dalam Wu dan Liu 2007].

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 Ejoyment dalam perilaku.

### 2.3 Hipotesis

Peneliti juga akan melakukan uji hipotesis untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh dari :

- a. Pengaruh dari Kepercayaan (X1) dan Kenikmatan (X2) terhadap Minat Bermain (Y) sebagai variabel dependen.
- b. Pengaruh dari Kepercayaan (X1) sebagai variabel independen pertama terhadap Minat Bermain (Y) sebagai variabel dependen.
- c. Pengaruh dari Kenikmatan (X2) sebagai variabel independen kedua terhadap Minat Bermain (Y) sebagai variabel dependen.

Adapun hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

$H_a: p \neq 0$ , artinya ada pengaruh antara Kepercayaan player terhadap Minat Bermain.

$H_a: p \neq 1$ , artinya ada pengaruh antara Kenikmatan player terhadap Minat Bermain.

$H_o: p = 0$ , artinya tidak ada pengaruh antara Kepercayaan player terhadap Minat Bermain.

$H_o: p = 1$ , artinya tidak ada pengaruh antara Kenikmatan player terhadap Minat Bermain.



## 2.4 Kerangka Pemikiran

Pengaruh Kepercayaan dan Kenikmatan terhadap Minat Bermain Permainan Elektronik studi terhadap pemain Dota2 di Indonesia

### Kepercayaan

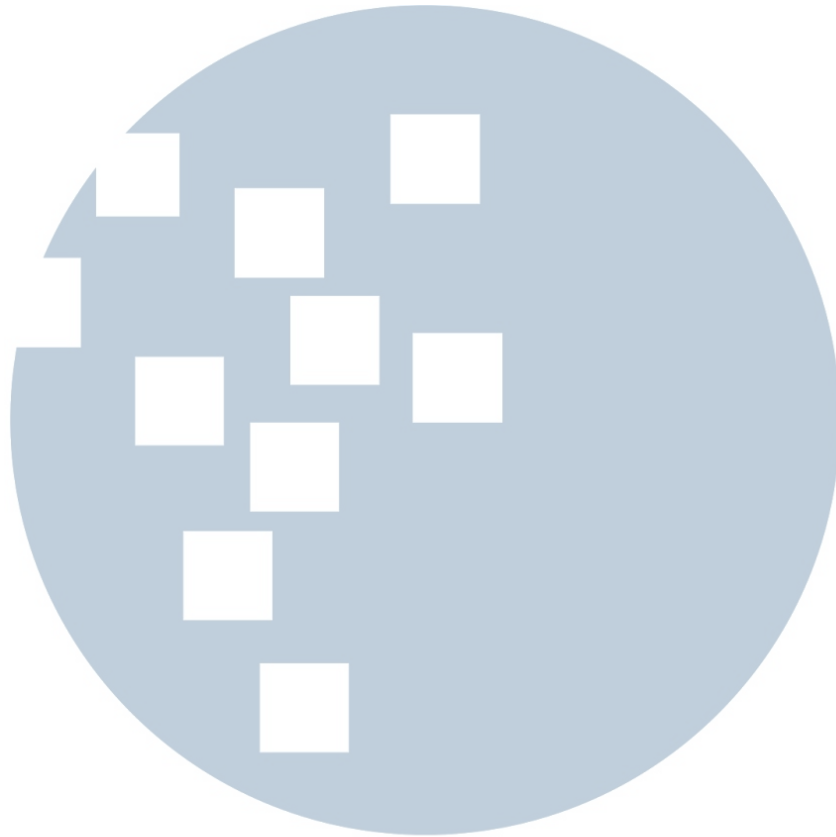
- Customer Orientation
- Integrity and Honesty
- Communications and Similarity
- Shared Values
- Expertise
- Ability and Consistency

### Kenikmatan

- Engagement
- Positive affect
- Fulfilment

### Minat Bermain

- Use behavior
- Game addiction
- Attitude
- Social subjective norms



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA