



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Era globalisasi sekarang ini, media memiliki peranan penting dimana perkembangan teknologi telah menciptakan sebuah ‘ruang baru’ yang bersifat artifisial dan maya, yakni *cyberspace*. Yasraf Amir Piliang dalam tulisannya yang berjudul “Masyarakat Informasi Dan Digital”, mengungkapkan juga *cyberspace* telah mengalihkan berbagai aktivitas manusia (politik, sosial, ekonomi, kultural, spiritual, seksual) di ‘dunia nyata’ ke dalam berbagai bentuk substitusi artifisialnya, sehingga apapun yang dapat dilakukan di dunia nyata kini dapat dilakukan dalam bentuk artifisialnya di dalam *cyberspace*. Dengan kata lain, memudahkan manusia atau individu tersebut untuk melakukan berbagai kegiatannya, namun adanya sifat artifisialnya ini, *cyberspace* telah membuat sebuah persoalan fenomenologis dan ontologis tentang ‘ada’ dan ‘keberadaan’ di dalamnya.

Cyberspace telah dianggap sebagai sebuah ‘dunia kehidupan’ (*lifeworld*), seperti dunia kehidupan harian (*everyday life*). Keberadaan *cyberspace* ini telah membuat persoalan mendasar tentang ‘dunia kehidupan’ itu sendiri, dimana dunia yang dimaksud adalah sebuah dunia yang kompleks, yang melibatkan berbagai model kesadaran pengalaman, dan persepsi. Kesadaran manusia adalah selalu kesadaran akan sesuatu yakni kesadaran secara kognitif yang menangkap beragam objek di sekitar. Bila kesadaran kognitif itu tidak berlangsung, maka artinya manusia berada di dalam alam bawah sadar atau ketaksadaran (Piliang, 2012).

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang ini tercatat meningkatkan kemunculan fenomena *e-sports*. Dimulai dari munculnya *Netrek* pada 1988 sebagai *game* internet pertama yang menggunakan *metaserver*, menjadi pelopor selanjutnya dari kemunculan kompetisi-kompetisi *game* di dunia. Pada perkembangannya, *e-sports* sendiri memiliki banyak peminat, baik pemain, penonton, dan perusahaan yang mensponsori tim maupun penyelenggara acara pertandingannya. Menurut artikel yang di tulis oleh Herdyanto, Amerika berhasil mencapai keuntungan melalui e-sport sebesar \$28,7 Juta (Herdyanto, 2019).

Dari segi penonton berdasarkan artikel ggwp.id 20% generasi milenial menonton *e-sports* secara regular. Menurut artikel yang di tulis oleh (Franedya, 2018) keuntungan *e-sport* di Indonesia sudah mencapai angka 15,4 Triliun Rupiah. Penonton *e-sports* di Indonesia menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) hampir 44,5 Juta orang menonton pertandingan *e-sports* di tahun 2018.

E-sports terbagi dalam 7 kategori, yaitu: pertama *Fighting* (*game* yang bergenre pertempuran jarak dekat atau pun jauh). Kedua *First-Person Shooters*, (*game* yang mengkondisikan suatu kejadian dari sudut pandang pemain). Ketiga *Real-Time Strategy* (*game* yang berpaku pada live-time sesama pemain). Keempat *Sport* (*game* yang mengandung unsur olahraga seperti sepak bola, basket, dan tennis). Kelima *Racing* (*game* bergenre balapan mobil, sepeda, motor). Keenam *Multiplayer Online Battle Arena* (*game* yang mengandalkan kerjasama tim untuk mencapai kemenangan). Masuknya *game* Dota 2 pada tahun 2011 di Indonesia, *game* hasil kolaborasi Valve dan Icefrog ini diresmikan untuk umum pada tahun 2013. *Game* ber-genre MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*) ini terlihat seperti gabungan dari *Real Time Strategy* dan *Role Playing Game* dengan tambahan aksi di dalamnya. Penetrasi *game* MOBA di Indonesia terus meningkat tajam. Penyebabnya, akses bermain *game* tidak lagi sesulit dulu. Pada zaman sekarang, *game* MOBA dapat

dimainkan di berbagai perangkat seperti PC, *Smartphone*, PS. Tercatat sejak Januari 2015 ada 27 juta pemain per hari dan 67 juta pemain dalam waktu satu bulan (Oktagon, 2019)

Ada empat orang *gamers* yang berpengaruh dalam dunia *game online* termasuk *game* Dota 2 yang cukup terkenal di seluruh dunia. Keempat pemain tersebut sudah berpengalaman dalam bermain *game online*, keempat orang tersebut yaitu, Xu 'Burning' Zhilei, Danil 'Dendi' Ishutin, Gisma 'Melondoto' Priayudha, dan Andrew Tobias 'Ndruw'.

Gambar 1.1 Founder Komunitas Dota 2



Sumber : Facebook Andrew

Andrew Tobias selaku *founder* Komunitas Dota 2 Indonesia pada tahun 2013 merupakan seorang yang mengembangkan kemampuan bersosialisasi dengan cara membentuk komunitas. Dengan tujuan awal sederhana yaitu ingin mempersuasi masyarakat yang memiliki peminatan yang sama, yaitu bermain *game* Dota sambil membangun komunitas untuk memajukan *e-sports* di Indonesia dan mencari pemain berbakat dalam komunitas tersebut (Restika, 2018).

Andrew Tobias mungkin bukan *pro player* di turnamen *e-sport* tanah air. Namun, Kiprahnya di industri *e-sport* yang panjang di Indonesia membuatnya pantas menyanggah gelar veteran di industri ini. Andrew pernah menjadi manajer *team e-sport* NXL divisi Dota 2 hingga menjabat di jajaran pengurus Indonesia *e-sport association* (kuncorojati, 2020).

Andrew memiliki strategi dalam pembentukan komunitas dimana ia di kenal sebagai pembuat komunitas oleh komunitas, terbukti sudah banyak komunitas buatan dia yang besar. Komunitas Dota 2 Indonesia, Rbj_*e-sport*, Pubgm Indonesia, *Free fire mobile* Indonesia. Hingga dia membuat *team e-sport* dari anggota komunitas yang telah ia bentuk. Banyaknya komunitas game online yang telah dibuat oleh Andrew Tobias menunjukkan kemampuannya dalam mengatur dan mengontrol komunitas tersebut.

Penelitian ini secara spesifik ingin mengetahui peran Andrew Tobias dalam membangun dan mengembangkan komunitas game online di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Komunitas dota 2 merupakan kumpulan suatu kelompok orang yang memiliki hobi sama, dan di bentuk oleh Andrew Tobias. Strategi *community engagement* Andrew tobias bisa dibilang mempengaruhi perkembangan komunitas selama ini dengan 22ribu pengikut di Instagram. Komunitas dota 2 bukanlah satu-satunya komunitas *game* yang di bentuk oleh Andrew, banyak komunitas *game* yang berada di Indonesia, maka dari itu perlu adanya pendekatan yang unik agar komunitas *game online* memenangkan pasar. Jika dilihat dari latar belakang masalah yang ada di penelitian ini ingin mengetahui apakah dengan bagaimana strategi *community engagement* Andrew Tobias dalam membangun komunitas *game online* dapat memperluas pasar komunitas itu sendiri.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis tuliskan diatas, maka permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah: “ Bagaimana Strategi *Community Engagement* Andrew Tobias dalam membangun komunitas *game online*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan tujuan:

Untuk mengetahui Strategi *Community Engagement* Andrew Tobias dalam membangun komunitas *game online*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan kontribusi ilmu pengetahuan saat ini maupun di masa yang akan datang, khususnya dalam *community engagement*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan serta masukan bagi orang – orang untuk *community engagement* berpengaruh terhadap komunitas. Selain itu, diharapkan agar dapat memperkaya hasil penelitian sebelumnya dan dapat berguna bagi pihak – pihak tertentu yang ingin menunjukkan kehadirannya melalui strategi pengembangan *community engagement*.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini ada beberapa keterbatasan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Waktu wawancara dengan narasumber karena jadwal yang sibuk.
2. Andrew Tobias memiliki banyak komunitas yang baru di buat, dalam penelitian ini lebih menekankan kepada komunitas *game online*.