



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

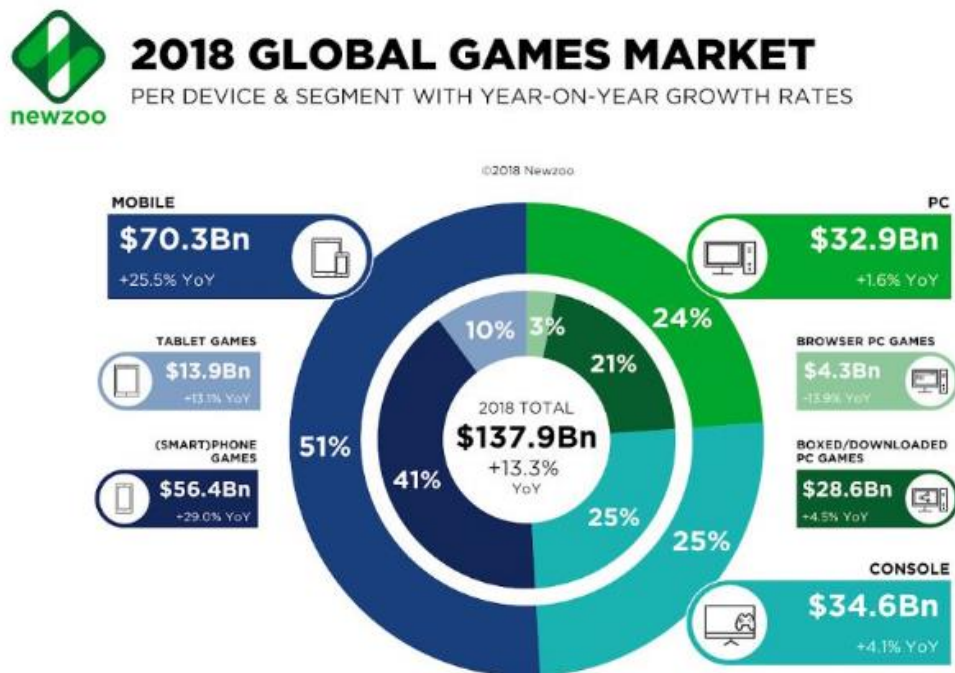
1.1 Latar Belakang

Sekarang ini teknologi berkembang dengan sangat cepat, perkembangan teknologi ini membuat banyak perubahan di kehidupan kita. Salah satunya adalah semakin banyaknya ragam jenis *game* yang bisa kita mainkan baik dari komputer maupun dari *smartphone*. Pertumbuhan pasar *game* di dunia juga menunjukkan angka yang semakin bertumbuh dengan pesat. Tahun lalu, pasar *game* mencapai USD137,8 miliar dengan pertumbuhan 13,3 persen jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Newzoo memperkirakan, ada 2,3 miliar *gamer* aktif pada tahun 2018. Sebanyak 1,1 miliar *gamer* atau 46 persen rela untuk menghabiskan uang untuk *game*. Sebesar 51 persen dari total pasar *game*, sebesar USD70,3 miliar, merupakan pasar *mobile game*. Untuk pertama kalinya, *mobile game* memberikan kontribusi lebih dari total pendapatan di industri *game* (Medcom.id, 2019).

Saat ini, Tiongkok adalah negara dengan pendapatan *game* terbesar di dunia dengan angka USD37,9 miliar. Amerika Serikat dan Jepang masih menjadi pasar terbesar kedua dan ketiga. Sementara itu, total pendapatan *game* di Asia Pasifik mencapai USD71,4 miliar pada 2018. Asia Pasifik dianggap sebagai pasar *game* dengan pertumbuhan paling cepat, berkat pasar India dan Indonesia. *Game mobile* menjadi alasan naiknya pendapatan industri *game* di Asia Pasifik. Dengan infrastruktur telekomunikasi yang lebih baik dan *game mobile* yang

semakin kompetitif, Asia Pasifik kini memberikan kontribusi sebesar 52 persen dari total pasar *game* dunia (Newzoo, 2018).

Gambar 1.1 Pasar *Game* Dunia



Sumber: newzoo, 2018 *global games market report*

Pada 2021, diperkirakan *mobile game* akan menjadi industri dengan nilai lebih dari USD100 miliar. Menariknya, pertumbuhan *game mobile* tidak membunuh *game PC*. Meskipun tidak sebesar *game mobile*, *game PC* dan konsol juga tumbuh secara kontinu. Pada 2018, pendapatan *game* konsol mencapai 34,6 miliar sementara *game PC* mencapai USD32,9 miliar (Medcom.id, 2019).

Jika dahulu aktivitas main *game* hanya sekedar *refreshing* di akhir pekan atau setelah kerja, sekarang sudah menjadi profesi setara atlet profesional. Hadaahnya bervariasi mulai dari ratusan ribu sampai jutaan dollar Amerika. Dari

situlah banyak orang berbondong-bondong untuk menjadi *gamer* profesional. Banyak yang berjuang namun hanya sedikit yang berhasil meraih kesuksesan. Untuk sekarang memang masih sulit karena fasilitas pengembangan masih kurang dan belum banyak tempat pelatihan (Teknowebkita, 2019).

Dikutip dari tekno.kompas.com, di beberapa negara seperti Amerika dan negara-negara Eropa, atlet esports merupakan profesi yang menjanjikan. Pemain - esports akan dibayar puluhan juta rupiah untuk bermain *game*. Meskipun belum dipertimbangkan sebagai sebuah profesi yang menjanjikan, namun Indonesia masih patut berbangga hati soal esports. Pasalnya, pada Asian Games 2018 diadakan eksibisi esports pertama kalinya di ajang kompetisi olahraga bergengsi dunia. Nantinya, esports akan diresmikan sebagai olahraga oleh Olympic Council of Asia pada Asian Games 2022 di Hangzhou, China.

Di Indonesia, *gaming* resmi menjadi cabang olahraga, ditandai dengan berdirinya Indonesia esports Association (IeSPA) tahun 2013. IeSPA sendiri adalah lembaga yang secara khusus menjadi organisasi induk setiap cabang olahraga esports yang ada di Indonesia. Sama halnya dengan PSSI untuk sepak bola, IeSPA adalah organisasi induk yang mengurus setiap cabang permainan esports. Wakil Ketua Indonesia esports Association (IeSPA) William Tjahyadi mengakui pertumbuhan esports sangat pesat dalam beberapa tahun ke belakang. Jika dibandingkan dengan yang masih menjadi pemain *game* pada awal 2000an, saat ini industri esports sudah benar-benar berbeda (Lifestyle.bisnis.com, 2018).

IeSPA langsung berkoordinasi dengan berbagai lembaga keolahragaan yang ada di Indonesia. William menjelaskan IeSPA juga ada organisasi induknya secara internasional, seperti FIFA untuk sepak bola, namanya IeSF (International esports Federation), ada sekitar 130 negara yang tergabung di sana. Semua cita-citanya sama, bagaimana caranya esports dilihat sebagai olahraga yang sesungguhnya. Salah satunya dengan bisa diikuti dalam olimpiade (Lifestyle.bisnis.com, 2018).

Selain telah menjadi sebuah ajang olahraga resmi yang diperlombakan di kejuaraan olahraga berskala internasional, esports juga telah menghadirkan ekosistem industri yang menjanjikan. Ditegaskan oleh IeSPA, esports telah membuat para pelaku industri yang tak ada hubungannya dengan barang elektronik atau video *game* untuk menanamkan investasi.

Contohnya minuman berenergi seperti Red Bull atau Monster Energy. Selain itu ada juga produsen mobil yang ikut. Mobil mewah seperti Mercedes Benz dan Audi mereka mensponsori tim. Tim olahraga lain di Eropa juga sudah punya tim esportsnya sendiri, misalnya di Perancis itu klub sepak bola PSG dan A.S. Roma sudah punya tim FIFA dan tim CS-Go sendiri. Oleh karena itu, William selaku Wakil Ketua Indonesia esports Association mengatakan bahwa esports adalah olahraga masa depan yang memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Dia bahkan menyebut olahraga jenis baru ini sebagai *the future of sports*.

Esports adalah dunia baru yang sangat potensial di masa depan, yang bisa menghasilkan lapangan pekerjaan yang sangat luas. Kalau misalnya seorang

pemain tidak terlalu berbakat untuk jadi pemain hebat, banyak peluang lain yang tersedia untuknya. Industri esports sangat luas, seseorang bisa menjadi komentator, analis, pelatih, atau bahkan MC (Lifestyle.bisnis.com, 2018).

Sekitar dua tahun belakangan. perkembangan esports di Indonesia boleh dibilang tumbuh sangat pesat. Industri *game* di Indonesia yang di dalamnya termasuk adalah esports seperti langsung meroket dan menjadi perhatian di dunia. Indonesia digadang sebagai salah satu pasar *game* di terbesar di dunia. Di Asia Tenggara, hal ini tidak diragukan lagi. Terbukti dari beberapa tim esports Indonesia yang berprestasi di kompetisi esports internasional. Sebut saja tim Recca esports, NXL, atau CS:GO yang kerap menyabet juara di turnamen esports bergengsi, baik skala nasional maupun internasional. Bahkan, salah satu pemain CS:Go asal Indonesia telah direkrut China untuk bermain Counter Strike 2 (Medcom.id, 2019).

Haryono Kartono yang merupakan Country Business Nvidia Indonesia mengatakan esports bukan hanya sebuah tren, tapi sudah terbukti prestasinya bagi Indonesia dan ini baru langkah awal, pada acara media *briefing* di Solo, Selasa (24/10/2017). Harry melanjutkan, esports adalah olahraga yang terbuka bagi siapa pun. Sebab esports tidak membutuhkan standar fisik layaknya olahragawan fisik konvensional. Bahkan esports bisa dimainkan oleh penyandang disabilitas (Tekno.Kompas.com, 2017).

Di seluruh dunia, Newzoo memperkirakan bahwa Indonesia adalah pasar *game* terbesar ke-17 dengan total pendapatan USD1,084 miliar. Namun, menurut

perhitungan Newzoo, pengguna internet di Indonesia hanya mencapai 82 juta orang. Dalam waktu 10 tahun, industri *mobile game* tumbuh paling cepat, seperti yang bisa dilihat pada grafik di bawah.

Gambar 1.2 Pasar *Game* Dunia 2012-2021



Sumber: newzoo, April 2018 *Quarterly Update* / *Global games market report*

Industri *game* sendiri di Indonesia terus berkembang dengan jumlah pemain *game* sebanyak 43,7 juta orang dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 261,7 juta orang. Hal ini berarti 16,7 persen penduduk Indonesia aktif bermain *game* dan jumlah ini semakin bertambah seiring melambungnya popularitas esports di Indonesia (Technologue.id, 2018).

Berdasarkan data yang dihimpun KompasTekno dari situs esports internasional newzoo.com, Indonesia memiliki 43,7 juta pemain *game* yang menghabiskan 880 juta dollar AS (sekitar Rp 11 miliar) untuk bermain *game*. Total ini membuat Indonesia menduduki peringkat ke-16 negara dengan

pendapatan dari *game* terbesar di dunia. Sebesar 56 persen di antaranya merupakan *gamer* laki-laki yang menggunakan PC/laptop, dengan rentang usia 10-50 tahun. Sementara 44 persen sisanya adalah *gamer* perempuan dengan usia 10-50 tahun. Olahraga ini memang belum sepopuler cabang olahraga lain di Indonesia, namun perkembangannya cukup pesat. *Marketing Director Intel ANZ & South East Asia*, Anna Torres mengatakan, industri gaming di Indonesia selalu berkembang (Tekno.kompas.com, 2017).

Merespon antusiasme peminat *game* sekarang, Mix 360 Esports sebagai entitas bisnis dengan komitmen mengembangkan industri esports di Indonesia kini tengah menggarap berbagai inisiasi untuk mengembangkan ekosistem esports di tanah air, mulai dari pembinaan bibit-bibit atlet dan *caster* esports profesional, hingga menyiapkan manajemen tim esports berkualitas.

Seringnya kejuaraan esports yang digelar dengan hadiah yang menggiurkan membuat banyak orang tertarik menjadi atlet esports profesional. Turnamen esports dengan hadiah terbesar adalah “The International”. Turnamen ini adalah turnamen terbesar Dota 2 dan dunia yang dibuat Valve Corporation. Ada 16 tim dari seluruh dunia berkompetisi untuk memenangkan turnamen ini dan mengangkat trofi Aegis. Turnamen pertama diselenggarakan pada tahun 2011 dengan total hadiah 1,6 juta USD. Berkat total hadiah yang mencapai angka 1,6 juta USD membuat turnamen-turnamen lain juga ikut menaikan hadiah turnamen dengan nilai yang serupa, bahkan lebih tinggi. The International merupakan langkah awal dari seluruh turnamen esports (Techno.okezone.com, 2019).

IEL University Series 2019 merupakan sebuah kompetisi esports resmi pertama untuk tingkat universitas di Indonesia yang didukung penuh oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora), Komite Olimpiade Indonesia (KOI), Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (FORMI), dan Indonesia eSPorts Association (IeSPA). Kompetisi ini juga disahkan oleh Federasi Electronic Sports Asia (AeSF), dimana nantinya akan menjadi bagian dari liga universitas resmi di bawah naungan IeSPA.

Salah satu langkah awal Mix 360 Esports adalah peluncuran agenda olahraga terbaru Indonesia Esport League University Series 2019. Dalam mengembangkan esports, harus dimulai dengan mengubah paradigma tradisional orang tua dan institusi pendidikan mengenai esports. Indonesia Esports League (IEL) *Campus Seminar* merupakan sarana untuk memberi perspektif bahwa industri esports bukan hanya sekedar *game* semata. Harapannya seminar tersebut bisa memberikan pengetahuan yang mendalam mengenai lanskap dan ekosistem esports di Indonesiadan juga memberikan pemahaman kepada orang-orang yang masih skeptis terhadap esports yang selama ini masih dinilai buruk dan dapat mempengaruhi pendidikan mahasiswa. Dengan demikian komunitas dan industri esports pun semakin berkembang dan orang-orang bisa lebih terbuka dengan esports karena peluang karir di esports tak hanya atlet, tetapi ada *caster*, pelatih dan manajemen dan *organizer* (Gizmologi.id, 2019).

Adapun dua cabang *game* yang diperlombakan dalam IEL 2019 University Series adalah Dota 2 dan Mobile Legends. Kemudian, peserta kompetisi ini yakni 12 kampus terpilih yakni Binus, Untar, Trisakti, UI, Bunda Mulia, UMN,

Universitas Kristen Maranatha, Universitas Kristen Petra, Udinus, UPN, Universitas Ciputra, dan UGM yang nantinya terbagi dalam dua grup. Mereka akan melalui babak penyisihan secara *online* selama bulan Januari hingga Maret 2019. Lalu, empat tim terbaik dari masing-masing cabang *game* akan bertanding di babak semifinal dan final pada akhir April 2019. Final babak IEL University Series 2019 akan bertempat di Liga Game Arena dan total hadiah mencapai 1 Miliar (Youngster.id, 2019).

Harry Kartono, Chief Operational Officer MIX 360 Esports selaku penyelenggara kompetisi ini menuturkan akan memberikan dukungan tidak saja bagi para pemenang, namun juga turut mendukung kampus sebagai lembaga untuk melakukan edukasi dan pelatihan esports guna terus mencetak talenta berbakat. Ke depannya berharap lulusan dari universitas dapat membina karir sebagai profesional esports di tanah air. Razer, merek *lifestyle* terkemuka di dunia untuk para *gamers*, merupakan sponsor utama dari kompetisi IEL University Series 2019. Razer akan memperluas jaringannya ke berbagai penyelenggara dan ahli dalam menggerakkan ekosistem terintegrasi yang terbesar dari perangkat keras, perangkat lunak, dan layanan bagi para *gamers*, untuk memastikan bahwa eksekusi bagi para penggemar dan antusias di Indonesia telah dijalankan dengan sempurna.

Esports akan menjadi bagian dari salah satu cabang olahraga pada gelaran SEA Games 2019. IEL University Series 2019 merupakan wadah yang tepat untuk menunjukkan talenta-talenta terbaik pemuda Indonesia, dan juga untuk mencari atlet-atlet berbakat yang dapat mengibarkan bendera negara mereka pada

ajang SEA Games 2019. Sementara itu esports merupakan bagian dari cabang olah raga rekreasi yang bernaung di bawah Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (FORMI).

Zanal Abidin perwakilan dari FORMI mengatakan, pihaknya menyambut baik Esports League sebagai upaya pembudayaan olahraga elektronik di masyarakat, khususnya kaum muda Indonesia. Mengingat bahwa esports juga merupakan bagian dari olahraga rekreasi, maka perlu adanya sebuah pedoman pembinaan fisik atlet esports karena tanpa pembinaan fisik, atlet esports tidak akan mampu menjadi juara. Oleh karena itu, hal ini turut menjadi bagian penting dari IeSPA untuk membuat pedoman pelatihan fisik yang dikhususkan kepada olahraga elektronik yang benar-benar berbeda dari bentuk olahraga yang lain (Youngster.id, 2019).

Melihat perkembangan esports yang cukup pesat di Indonesia beberapa tahun terakhir ditambah dengan jumlah data pemain *game* yang besar di Indonesia. Terutama anak muda usia 13-24 tahun yang mencapai angka 70% dari jumlah pemain *game online* di Indonesia menurut survei yang dilakukan oleh duniaku.idntimes.com pada tahun 2014. Serta keberhasilan *event* Indonesia Esports League (IEL) University Series yang ditandai dengan mampu merubah stigma universitas-universitas di Indonesia mengenai esports dan mampu mencari bibit-bibit muda atlet esports di Indonesia yang dapat bersaing di kancah SEA Games 2019. Peneliti ingin melakukan penelitian terkait strategi *event management* yang diterapkan oleh Mix 360 Esports. Menurut (Goldblatt, 2002) *event management* adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan

mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan pendidikan, perayaan, pemasaran, dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. Peneliti akan mendalami *event* Indonesia Esports League (IEL) University Series 2019, mengingat Indonesia Esports League (IEL) University Series 2019 mampu merubah stigma universitas-universitas di Indonesia mengenai esports dan mampu meregenerasi altet muda esports di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah pokok yang dipaparkan di latar belakang mengenai ekosistem esports yang begitu luas dan banyak profesi yang menjanjikan di dalam ekosistem esports namun masih kurangnya pemahaman mengenai esports terutama bagi universitas-universitas yang masih skeptis terhadap esports karena dampak yang dinilai negatif bagi anak muda dan pendidikan, maka rumusan masalah penelitian adalah bagaimana strategi *event management* yang dilakukan Mix 360 Esports dengan menyelenggarakan *event* Indonesia Esports League (IEL) University Series 2019.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti telah merumuskan pertanyaan penelitian bagaimana strategi *event management* Mix 360 Esports pada *event* Indonesia Esports League (IEL) University Series 2019?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *event management* Mix 360 Esports pada *event* Indonesia Esports League (IEL) University Series 2019.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian di bidang *public relations* khususnya *event management*. Serta menambah kajian ilmu pengetahuan mengenai strategi organisasi olahraga dalam menarik perhatian dan minat melalui *event*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Mix 360 Esports, khususnya bagi divisi *event management* dalam memahami secara mendalam terkait upaya mengembangkan konsep *event management* pada penyelenggaraan event IEL University Series yang diharapkan mampu menciptakan ide-ide yang inovatif di *season* berikutnya untuk menarik minat mahasiswa dalam bergabung ke dalam ekosistem esports di Indonesia dan dapat meregenerasi atlet esports di Indonesia.