

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

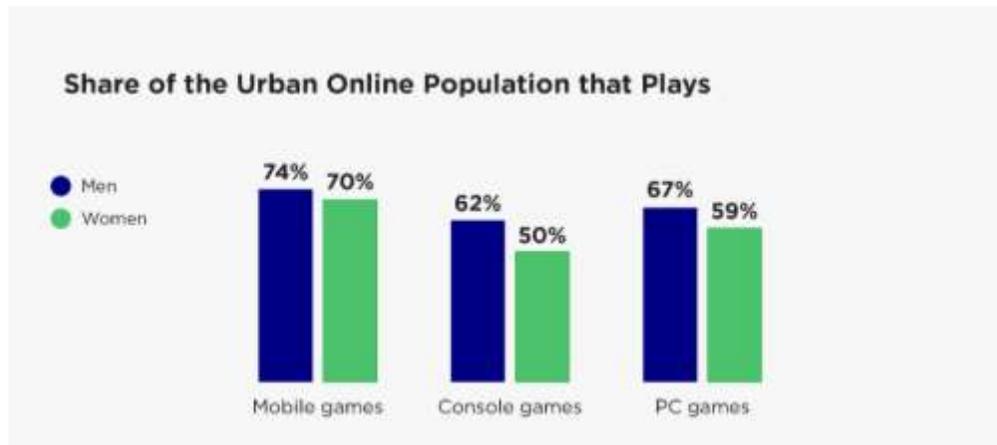
Perkembangan teknologi sekarang ini semakin lama semakin berkembang. Khususnya dalam industri permainan online, perkembangan ini merupakan salah satu faktor dari ragamnya jenis game mulai dari platform PC, *console*, hingga di *smartphone* kita sendiri. Menurut laporan Analisa yang diterbitkan oleh InMobi, diperkirakan ada 4,7 miliar penggemar game di dunia ternyata tidak hanya bermain game pada platform PC atau *console*. Sebanyak 48% dari total tersebut merupakan game Mobile dan menghasilkan 2,6 miliar *gamer* yang bermain menggunakan *smartphone* atau yang disebut dengan *mobile gamer* (gamesgrid.id, 2020).

Negara Tiongkok merupakan negara dengan pengguna *smartphone* tertinggi di dunia dengan presentase 63,4% dari total populasi 1,4 miliar jumlah penduduknya. Indonesia menduduki posisi ke 4 sebagai pengguna *smartphone* tertinggi di dunia dengan presentase 58,5% dari total populasi 237ribu jumlah penduduknya. Terdapat sekitar 160ribu pengguna *smartphone* yang ada di Indonesia (Newzoo, 2020).

Dalam penelitian yang diterbitkan oleh NewZoo, dalam *insight* Indonesia *Gaming Market* tahun 2018, di Indonesia sendiri 74% pemain *mobile game* adalah laki-laki. Dan 70% pemain *mobile games* merupakan perempuan. Namun presentase

pemain *mobile games* jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pemain *console games* dan juga *PC games* seperti yang bisa dilihat dari grafik di bawah.

Gambar 1. 1 Populasi *Online Gamers* di Perkotaan



Sumber: newzoo, 2018 *Insight to Indonesian Games Market*

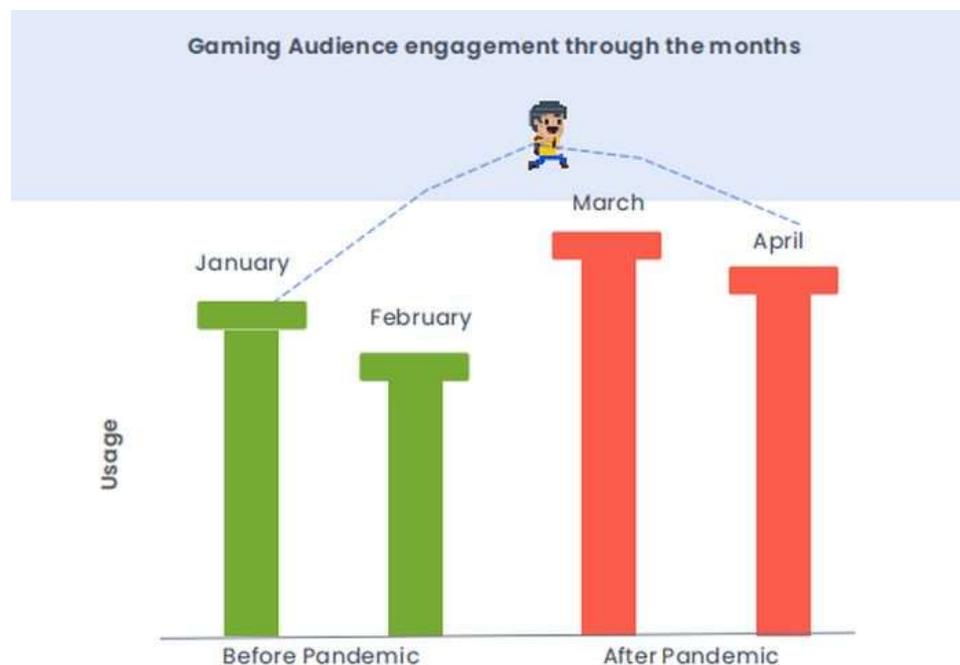
Selama pandemi COVID-19, beberapa industri parekraf yang lain mendapatkan beberapa dampak. Sebaliknya industry permainan online justru tidak malah mendapatkan dampak yang positif. Menurut data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Game Indonesia, pengembangan game di Indonesia selama pandemi COVID-19 justru naik sekitar 10-20%. Hal ini disebabkan oleh tingginya penggunaan *smartphone* dan platform digital di kalangan masyarakat Indonesia (republika.co.id, 2020).

Hal ini memicu *trend* di kalangan masyarakat Indonesia dimana turun dan berpartisipasi langsung dalam bidang *esports* pada tahun 2020 ini merupakan sebuah pekerjaan yang aktual atau nyata. Seperti contohnya menjadi *proplayer* dari game-game *online* yang sehari-hari mereka mainkan sebagai hobi. Atau bahkan menjadi

shoutcaster atau yang dikenal sebagai komentator dari sebuah game. Selain *developer developer game*, banyak juga perusahaan-perusahaan lainnya yang ingin ikut berkecimpung dalam bidang *esports* seperti contohnya Telkomsel yang membentuk tim media dan komunitas gamenya yaitu Dunia Games, kemudian Gojek dan juga Gopay yang bersedia mengeluarkan *budget* untuk ikut menciptakan trend *esports* dan juga membangun industri *esports* menjadi semakin maju.

Menurut data yang Gridgames dapatkan, terdapat kenaikan sebesar 75% dalam game mobile terjadi di seluruh Indonesia selama masa pandemi, seperti yang bisa dilihat pada grafik di bawah

Gambar 1. 2 Keterikatan Penonton Game



Sumber: games.grid, Juli 2020. Asia Tenggara Pasar Game Mobile

Industri permainan *online* ini tentu mempunyai beberapa *developer* yang ikut berpartisipasi. Salah satu contohnya adalah Tencent. Tencent adalah salah satu *developer* game terbesar di Asia dan Dunia. Selain menjadi publisher dari beberapa game terkenal, Tencent juga menguasai media sosial di China berkat WeChat, Moments, Mobile QQ dan QQ. Nama Tencent termasuk dalam tiga perusahaan terbesar di Tiongkok bersanding dengan Alibaba dan Baidu. Di Indonesia sendiri Tencent sudah merilis beragam *mobile game* seperti PUBG Mobile, Arena of Valor atau yang dikenal sebagai Honor of Kings di Tiongkok dan ChessRush. Tencent sendiri pada tahun 2011 memiliki 90% saham milik Riot Games. Namun pada Desember 2019 Riot Games akhirnya menjual sisa sahamnya kepada Tencent. Selain Riot Games, Tencent juga memiliki 84% saham di Supercell di tahun 2016 (ggwp.id, 2020).

Kompetitor Tencent adalah *publisher-publisher* game lainnya seperti Moonton, Prodigy, Net Marble, Garena dan yang lainnya. Perusahaan-perusahaan ini adalah perusahaan publisher yang juga merilis game online. Dalam penelitian ini pengkaji akan mengambil PUBGM sebagai objek penelitian. Salah satu saingan terberat dari PUBGM adalah game Freefire dan CODM yang dipublish oleh Garena. Kedua game ini bergenre *action survival* dan *action FPS* dan juga merupakan *game online* di *mobile*. Genre action adalah game kedua yang paling laris dimainkan di Indonesia sebagaimana bisa dilihat pada grafik di bawah.

Gambar 1.3 Genre *Game* yang Dimainkan *Gamers* Indonesia



Sumber: games.grid, Juli 2020. Asia Tenggara Pasar Game Mobile

PUBGM sendiri dalam penelitian 42matters termasuk kedalam *Top 15 Highest Ranked Action Mobile in Indonesia*. Hasil yang diambil berdasarkan perhitungan total jumlah *download* yang dilakukan oleh pengguna *smartphone* khususnya Android. Sample diambil secara *official* dari platform Google Play. PUBGM sendiri di Indonesia mencapai lebih dari 100k *downloads* dan menempati posisi ketiga. Namun sayangnya kompetitor dari PUBGM yaitu Freefire menempati posisi pertama dengan jumlah 500k *downloads* seperti yang tertera dalam gambar di bawah.

Gambar 1. 3 *Highest Ranked Action Mobile*

What Are the Top 15 Highest Ranked Action Mobile Games in Indonesia?

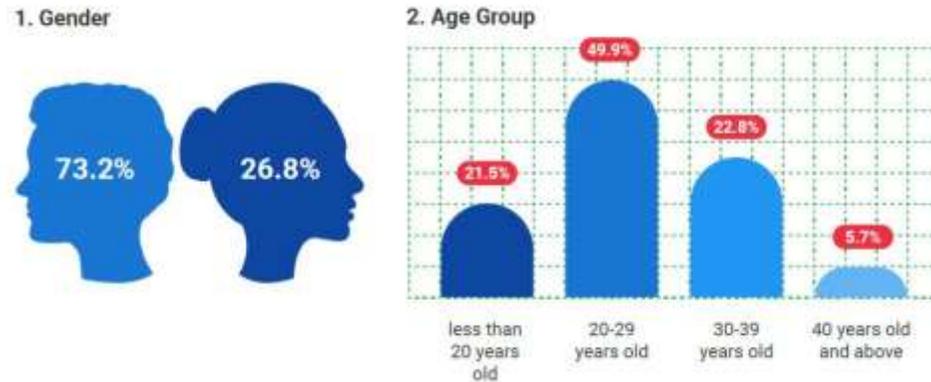
The following shows the official Google Play action mobile games chart of Indonesia. **There are no games from Indonesian publishers.** See the full chart [here](#).

1		Garena Free Fire - The C... by GARENA INTERNATIONA...	500,000,000+ downloads
2		Mobile Legends: Bang B... by Moonton	100,000,000+ downloads
3		PUBG MOBILE HUNDRE... by Tencent Games	100,000,000+ downloads
4		Call of Duty®: Mobile - G... by Garena Mobile Private	10,000,000+ downloads
5		Honkai Impact 3 by miHoYo Limited	5,000,000+ downloads
6		War Robots. 6v6 Tactical... by PIXONIC	50,000,000+ downloads
7		ONE PIECE Bounty Rush by BANDAI NAMCO Entertai...	10,000,000+ downloads
8		Brawl Stars by Supercell	100,000,000+ downloads
9		Garena Contra Returns by Garena Games Online	1,000,000+ downloads
10		Sniper 3D: Fun Free Onli... by Fun Games For Free	100,000,000+ downloads

Source: 42matters.com, 2021 Indonesia *Mobile Gaming Statistics*

Berdasarkan data yang dihimpun Hybrid dari situs dailysocial.id, DSRResearch tahun 2019 kemarin mengadakan survey kepada 1,445 responden. Dari survei tersebut terlihat bahwa 73% audiens di Indonesia merupakan laki-laki dan 27% sisanya merupakan audiens Perempuan. Sementara dari segi umur hampir 50% dari total responden ada di rentang umur 20-29 tahun. Biasanya pada rentang umur tersebut pasti memiliki banyak audiens *esports* yang berstatuskan mahasiswa.

Gambar 1. 4 *Gender and Audience of Esports Indonesia*



Sumber: hybrid.co.id, 2019 *Esports Market Trend 2019*

Merespon antusiasme peminat *action mobile game* di Indonesia dan juga audiensnya dalam trend *esports*. Tencent ingin memfasilitasi dan menggerakkan para mahasiswa dalam kegiatan positif maupun sportif dalam bidang *esports*. Maka dari itu Tencent mengadakan *PUBG Mobile Campus Championship 2020 (PMCC 2020)* pada bulan Oktober hingga Desember 2020. Namun dikarenakan pandemic COVID-19, kegiatan *PUBG Mobile Campus Championship 2020 (PMCC 2020)* ini dilakukan secara *online* dengan pengawasan yang ketat dan juga dengan sportif *PUBG Mobile Campus Championship 2020 (PMCC 2020)* ini diadakan juga dengan tujuan menghilangkan stigma-stigma negatif terhadap game di Indonesia.

PUBG Mobile Campus Championship 2020 (PMCC 2020) sendiri membangkitkan atmosfer dari kompetisi-kompetisi yang biasanya aktif di kampus. Tahun 2020 ini merupakan tantangan yang berat bagi semua orang terutama karena

pandemi COVID-19. Namun PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020) yang dilakukan secara online ini justru mendapatkan keuntungan sebaliknya. Selain adanya turnamen PUBGM secara *online*, PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020) juga melaksanakan *side activity* lainnya seperti Campus Ambassador Competition dan juga Caster Hunt Competition.

Meskipun dilakukan secara online, pendaftaran PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020) untuk turnamentnya sendiri mencapai hingga 11.875 pendaftar (*team* maupun *solo*) dan menggapai lebih dari 689 kampus di seluruh Indonesia. Untuk Campus Ambassador Competition sendiri mahasiswa yang mendaftar mencapai hingga 177 pendaftar. Namun amat mengejutkan bahwa 51 pendaftar merupakan laki-laki. Padahal Campus Ambassador untuk PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020) ini hanya diperuntukkan bagi mahasiswi. Aktivitas ini dilakukan menggunakan sistem voting untuk 32 besar. Sedangkan untuk Caster Hunt sendiri mendapatkan 149 pendaftar laki-laki dan 10 pendaftar perempuan.

Dengan melihat perkembangan industri esports di Indonesia beserta bagaimana PUBGM berhasil mengadakan PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020) dengan 11.875 pendaftarnya, penulis terdorong untuk melakukan penelitian terkait strategi *event management* Mineski Indonesia selaku *Event Organizer* PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020). Bladen, dkk (2018, h.3) mendefinisikan manajemen *event* sebagai organisasi dan koordinasi aktivitas yang diperlukan untuk mencapai sebuah objektivitas dari *event*. Penulis berencana untuk

mendalami dan mempelajari *even* PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020) dan mengangkatnya dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Selama pandemi COVID-19, industri permainan online mendapatkan dampak yang positif. Game Mobile mendapatkan kenaikan penggunaan yang cukup signifikan bersamaan dengan tingginya *revenue* yang dicapai Tencent di Q3 2020 mendorong terciptanya *event* PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020) dan *event* tersebut berhasil dipersiapkan dan dilaksanakan dengan baik. Maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah implementasi *event management* yang dilakukan Mineski Indonesia dengan menyelenggarakan *event* PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian bagaimana strategi *event management* Mineski Indonesia pada *event* PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020)?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *event management* Mineski Indonesia pada *event* PUBG Mobile *Campus Championship* 2020 (PMCC 2020).

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini secara akademis diharapkan akan memberikan kontribusi bagi pengembangan konsep manajemen *event* secara *online*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi *event organizer* bagaimana mengorganisir dan mengemas suatu *event* secara *online* yang diharapkan mampu memberikan ide-ide baru, kreatif maupun inovatif.