

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kepopuleran *game* di Indonesia merupakan suatu hal yang tidak dapat disangkal lagi. Menurut laporan We Are Social tahun 2022, Indonesia merupakan negara ketiga dengan pemain *game* terbanyak di dunia setelah Filipina dan Thailand. Laporan tersebut mencatat bahwa 94,5 persen pengguna internet dengan rentang usia 16 sampai 64 tahun di Indonesia telah memainkan *game* pada Januari 2022 (We Are Social, 2022). Melihat dari sudut pandang ekonomi, industri *game* Indonesia meraup jumlah pendapatan sekitar Rp 24,2 triliun setiap tahunnya. Indonesia juga menjadi pasar *game* terbesar nomor satu untuk *platform mobile* dan kedua untuk *platform PC* di Asia Tenggara (Saputro, 2021, para. 6).

Sebelum mencapai kesuksesan, industri *game* di Indonesia melalui proses yang panjang. Industri *game* di Asia Tenggara termasuk Indonesia mulai berkembang sejak tahun 1990-2000 (Fung, 2019). Saat itu, pengembang *game* lokal umumnya merupakan perusahaan *startup* yang menjalankan kontrak dengan perusahaan *game* internasional (p. 204). Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi memudahkan pengembang *game* lokal untuk secara perseorangan membuat *game* dengan bujet yang minim (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, & Asosiasi Game Indonesia, 2020, p. 2).

Industri *game* di Indonesia juga bertumbuh karena adanya perkembangan jumlah pemain *game* yang pesat (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, & Asosiasi Game Indonesia, 2020, p. 2). Jumlah pemain *game* di Indonesia berkembang pesat pada pertengahan 1990, yakni ketika *game online* seperti *Ragnarok* dan *Point Blank* ramai dimainkan, diikuti kehadiran *game centre* atau warung internet (Fajri, 2012, p. 444). Angka pemain *game* terus meningkat dan hal ini pada akhirnya menempatkan Indonesia sebagai negara dengan pangsa pasar *game* terbesar di Asia

Tenggara serta peringkat enam belas di dunia (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, & Asosiasi Game Indonesia, 2020, p. 2)

Pemerintah tidak tinggal diam setelah melihat potensi industri *game* yang berlimpah. Sebaliknya, pemerintah mencanangkan sejumlah program untuk mendukung industri *game* di Indonesia (Dinisari, 2021). Contoh program yang dimaksud adalah pencanangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) untuk pengembangan *game*, program *co-working space* bernama Ruang Aksi Game Indonesia (RAGI), program pelatihan pengembang *game* bernama Game Lokal Kreasi Indonesia (Gelora), program pameran *game* bernama Baparekraf Game Prime, dan program konferensi tahunan bernama Indonesia Game Developer eXchange (IGDX) (paras. 10-12, 14, 17).

Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo), Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), dan Asosiasi Game Indonesia (AGI) melakukan riset industri *game* tahunan (Dinisari, 2021, para. 13). Bahkan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) menunjukkan dukungannya terhadap industri *game* dengan memperbolehkan sekolah untuk mengimplementasi *esports* sebagai materi pelajaran, meskipun secara luas *esports* tidak masuk dalam kurikulum nasional (Kemendikbudristek luruskan kabar E-sport, 2021, paras. 1-2).

Berkembangnya industri *game* di Indonesia menjadi peluang bagi jurnalisme *game* untuk ikut tumbuh. Seperti namanya, jurnalisme *game* adalah cabang jurnalisme yang berkaitan dengan *game* digital (Vobič, 2019). Adapun pembahasan *game* digital dikemas dalam berbagai bentuk, seperti *preview*, *review*, dan *feature* (p. 451).

Perkembangan jurnalisme *game* di Indonesia diawali dari dimuatnya rubrik *game* di tabloid *Fantasi* pada 1994 (Julianto, 2021, para. 9). Sekitar tahun 1997 dan 2000, muncullah majalah-majalah yang berfokus pada topik *game*, yakni majalah *HotGame*, *Game Master*, *Game Mania*, dan *Digi Game* (paras. 13, 15). Kini, majalah tersebut sudah digantikan oleh media daring yang membahas *game* atau memiliki kanal 'Games', seperti *IDNTimes.com* dan *Detik.com*. Selain itu, terdapat

pula media yang fokus untuk membahas topik *game* seperti *Duniagames.co.id* dan *Kotakgame.co.id*.

Secara umum, pembahasan ilmiah seputar jurnalisme *game* masih dikatakan sedikit meskipun sarana hiburan tersebut sudah menjadi bagian integral dalam budaya populer dan merupakan industri multi-miliar (Vobič, 2019, p. 451). Hal yang sama juga berlaku di Indonesia. Peneliti hanya dapat menemukan satu penelitian ilmiah yang membahas jurnalisme *game* di Indonesia, yakni penelitian berjudul “*Jurnalisme Game dan Membedakan Karakter Konten Media: Studi Kasus the Lazy Monday, Gamebrott, dan Playverse*” oleh Wisnu Martha Adiputra (2018, pp. 166-189). Sedikitnya penelitian ilmiah di Indonesia yang membahas jurnalisme *game* mengakibatkan tidak banyaknya informasi yang diketahui seputar cabang jurnalisme tersebut. Untuk pembahasan *game* secara umum pun, observasi peneliti menunjukkan bahwa topik yang dibahas cenderung terbatas pada pengaruh kecanduan *game online*, misalnya pengaruh *game online* terhadap minat dan motivasi belajar. Oleh karena itu, diperlukan lebih banyak penelitian tentang *game* dengan perspektif yang berbeda yang nantinya dapat digunakan penelitian lanjutan sebagai sumber dan landasan data.

Peneliti pun merasa bahwa pemetaan konten jurnalisme *game* secara kuantitatif menjadi penting untuk menggambarkan tren dan kecenderungan media *game* di Indonesia dalam pembuatan konten. Terdapat sejumlah alasan mengapa pemetaan tersebut menjadi penting.

Pertama, penelitian terdahulu terkait jurnalisme *game* umumnya menggali data dengan pendekatan kualitatif, misalnya penelitian oleh Adiputra (2018, pp. 168-189) serta penelitian Fisher dan Mohammed-Baksh (2020, pp. 45-59) yang melakukan wawancara untuk mendapatkan hasil. Terdapat juga penelitian oleh Thomas (2007, dikutip dalam Zagal, Ladd, & Johnson, 2009, p. 215) yang menyebutkan bahwa jurnalisme *game* cenderung membahas konten *soft news* dibandingkan *hard news*. Namun, pernyataan ini tidak datang dari penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, peneliti merasa bahwa penelitian kuantitatif penting dilakukan untuk mendapatkan data yang objektif.

Kedua, penelitian ini berfungsi sebagai langkah awal yang nantinya dapat diteruskan oleh penelitian berikutnya. Pemetaan ini dapat dijadikan sumber data untuk berbagai keperluan, misalnya digunakan untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan perspektif konstruktivis atau kritis. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai data pembanding, contohnya untuk menemukan apakah hasil penelitian ini menunjukkan ciri khas jurnalisme *game* atau ternyata berlaku juga di cabang jurnalisme lainnya.

Peneliti melakukan pemetaan terhadap tiga konsep, yaitu jenis berita, tipe berita, dan berita kritis. Jenis berita dapat dibagi menjadi berita *hard news* yang harus dilaporkan secepat mungkin dan *soft news* yang tidak harus segera diterbitkan (Mencher, 2010, p. 219). Tipe berita dapat dibagi menjadi berita *straight news* yang menggunakan struktur piramida terbalik dalam penulisan berita serta *feature* yang strukturnya beragam, tidak formal, dan tidak kaku (Wahjuwibowo, 2015, p. 87). Selanjutnya, berita kritis dapat dibagi menjadi berita kritis yang mengandung pernyataan kritis substantif mengenai pihak pemangku kepentingan dan berita tidak kritis yang tidak mengandung pernyataan kritis (Benson, 2010, p. 4).

Dari ketiga konsep yang sudah dipaparkan sebelumnya, kerangka kategori berita kritis jarang digunakan terutama dalam konteks jurnalisme *game*. Dengan kata lain, penelitian ini juga berusaha untuk mengembangkan konsep berita kritis yang dikembangkan oleh Benson.

Adapun peneliti menggunakan kerangka kategori berita kritis karena perdebatan seputar berita kritis di jurnalisme *game* yang tidak berkesudahan. Peneliti menemukan dua sudut pandang dalam polemik ini. Pertama, terdapat penelitian yang menjelaskan bahwa kualitas jurnalisme *game* buruk karena kontennya yang terasa seperti produk komersial daripada analisis atau pembahasan isu penting, seperti seksisme dan pelecehan daring yang terjadi dalam fenomena *GamerGate* (Perreault & Vos, 2019, pp. 2, 9).

GamerGate adalah skandal yang melibatkan seorang pengembang *game* perempuan yang dituduh menjalani hubungan seks dengan jurnalis *game* yang populer agar *game* buatannya dapat diliput (Perreault & Vos, 2019, p. 3). Gerakan *GamerGate* dimunculkan oleh orang-orang yang mengaku merasa kecewa terhadap

minimnya etika dalam jurnalisme *game*. Namun, ‘gerakan’ tersebut pada akhirnya digunakan untuk menyerang dan melecehkan pengembang *game* perempuan, jurnalis, kritikus, dan siapa pun yang membela mereka (Massanari, 2017, p. 330).

Kedua, terdapat penelitian yang menyebutkan bahwa kecenderungan jurnalisme *game* untuk membuat konten komersial merupakan sesuatu yang normal. Sebab, jurnalisme *game* merupakan bagian dari jurnalisme gaya hidup (*lifestyle*) yang memang dikaitkan dengan nilai subjektivitas dan motif didorong pasar (Hanitzsch, 2007, p. 375). Argumen ini juga didukung oleh penelitian Kristensen (2017) yang menyebutkan bahwa peran utama jurnalis budaya adalah menjalankan perannya sebagai perantara produsen budaya dan konsumen budaya (pp. 2168-2186). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran utama jurnalis budaya bukanlah sebagai pengawas kekuasaan (*watchdog*).

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, peneliti merasa bahwa pemetaan berita kritis juga menjadi penting untuk mengetahui proporsi berita komersial dan berita kritis yang dibuat di media di Indonesia. Tujuannya untuk melihat posisi media *game* di Indonesia dalam pembuatan konten, apakah lebih cenderung membuat konten komersial atau justru lebih sering membuat konten kritis, sehingga pemetaan menjadi lebih menyeluruh.

Peneliti melakukan observasi awal terhadap dua media *game* di Indonesia dari total 23 media *game* yang dipetakan peneliti, yakni *Duniagames.co.id* dan *Kotakgame.com* untuk mendapatkan gambaran awal mengenai tren konten jurnalisme *game* yang ada di Indonesia. Peneliti mengumpulkan 15 berita dari masing-masing media. Berikut adalah tabel berita yang disusun oleh peneliti

Tabel 1.1 Daftar Berita di *Duniagames.co.id* dan *Kotakgame.com*

No	Judul Artikel	Waktu Unggah	Media
1	Keren Juga! 5 Jagoan Komik yang Gaya dan Kekuatannya Mirip All Might	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
2	Kuat Abis! 5 Ahli Pedang yang Cocok Gabung <i>Hashira Demon Slayer</i>	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
3	5 Bagian Paling Emosional di <i>Arc Kimetsu no Yaiba: Mugen Train</i>	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
4	5 Pedang Paling Berbahaya yang Pasti Kalah Lawan <i>Nichirin</i> Tanjiro	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>

5	5 Pedang Paling Berbahaya yang Pasti Kalah Lawan <i>Nichirin</i> Tanjiro	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
6	Mana yang Lebih Bahaya? Jadi Ninja di <i>Naruto</i> atau Pemburu Iblis di <i>Demon Slayer</i>	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
7	10 <i>Game</i> Rilis Januari 2022, Ada <i>God of War!</i>	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
8	10 Hal Kontroversial yang Ada Dalam Industri <i>Game</i> Sepanjang Tahun 2021	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
9	5 <i>Game</i> yang Dilarang Rilis di Wilayah Timur Tengah	01/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
10	5 Film Horor dengan Tema Ruangan Sempit yang Bikin Kalian Ikut Sesak Nafas	02/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
11	5 Momen Ketika Thor Menjadi Sangat Menyebalkan, Parah Banget Deh!	02/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
12	5 <i>Game</i> yang Mustahil Diselesaikan Hanya Dalam Sekali Permainan	02/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
13	EVOS CLAY FAMS TERKAPAR !! <i>DGFT FREE FIRE HIGHLIGHTS</i> EPISODE #113	02/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
14	MORPH IMPACT TAMPIL GILA !! <i>DGWIB VALORANT SEASON 2 HIGHLIGHTS</i> / <i>PLAY OFF DAY 2</i>	02/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
15	<i>DGFT FREE FIRE #114</i> : CELLO SOLOCO MATANG STRATEGI, APAKAH DAPAT JUARA HARI INI?	02/01/2022	<i>Duniagames.co.id</i>
16	[VIDEO] <i>Man of Culture</i> , Kak Seto <i>Cosplay</i> Jadi Kaiba hingga Ronaldo Kini <i>Streaming Game!</i> #HYPENEWS	01/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
17	Rayakan Pergantian Tahun, <i>PUBG: New State</i> Berikan <i>Code Redeem</i> Menarik dan Bocoran <i>Map</i> Terbaru!	01/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
18	Kaum <i>Wibu</i> Wajib Main! Inilah 7 <i>Game JRPG</i> yang Layak Ditunggu di 2022	01/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
19	Tim Peneliti Kembangkan Sebuah Alat Untuk Mengontrol Pikiran Hanya Dengan Menggunakan Cahaya	01/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
20	EVOS Reborn Bakal Ada Pemain Baru, <i>Coach</i> Sinyo Sebut Ciri-Cirinya!	01/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
21	miHoYo Akhirnya Berikan Pengumuman Resmi Kehadiran Yae Miko, Sudah Nabung <i>Primogem</i> Untuk Jemput Dia?	01/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
22	[VIDEO] <i>Steam Winter Sale</i> Masih Berlanjut! Mr. Monopoly Liburan, Saatnya Belanja! #RekomendasiGame	01/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>

23	Kreatif! Seorang <i>Modder</i> Ubah <i>Ulti Pharsa</i> Menjadi <i>Tengai Shinsei</i> Milik Madara Uchiha!	02/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
24	Minta Mas Dean Untuk Masuk Kembali ke EVOS Lynx, Listy Chan Bakal Balik ke EVOS?	02/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
25	Posting Video Keluar dari <i>Squad RRQ</i> di Tik Tok, Liam Bakal Pindah Tim?	02/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
26	Bocor di Internet! Inilah Bocoran Skin Wangy-Wangy Selanjutnya di <i>Wild Rift</i> , <i>Ahri Star Guardian</i> !	02/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
27	Seorang <i>Fans</i> Membuat <i>Counter-Strike</i> Versi Nintendo DS Yang Sudah Bisa Kamu Mainkan Versi <i>Alpha</i> -nya	02/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
28	<i>YouTuber</i> PewDiePie Menyiratkan Jika Para Aktor Film <i>MCU</i> Menggunakan Steroid!	02/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
29	Kreator <i>Final Fantasy Tactics</i> dan <i>Vagrant Story</i> Tengah Garap Skenario untuk <i>Game</i> Terbaru!	02/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>
30	Presiden Square Enix Kirim Surat Tahun Baru Berisi Diskusi <i>NFT</i> dan <i>Blockchain</i>	02/01/2022	<i>Kotakgame.com</i>

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Merujuk pada tabel 1.1, peneliti menemukan bahwa saat digabung, kedua media tersebut memiliki tendensi untuk menerbitkan berita berjenis *soft news* dengan struktur penulisan *feature*. Kedua media juga lebih banyak menerbitkan berita tidak kritis (komersial) dibandingkan berita kritis.

Tentunya, tabel 1.1 hanya menunjukkan observasi awal saja. Observasi awal tidak cukup untuk menggambarkan tren jurnalisme *game* yang lebih luas di Indonesia. Oleh karena itu, pemetaan secara menyeluruh penting dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat terkait kecenderungan pembuatan konten di media *game* di Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih empat media *game* di Indonesia, yakni *Kotakgame.com*, *Jagatplay.com*, *Revivaltv.id*, dan *Gamefinity.id*. Adapun keempat media ini dipilih berdasarkan proses sistematis yang dilakukan peneliti. Dengan kata lain, peneliti menggunakan perhitungan agar 23 media *game* di Indonesia mendapatkan kesempatan yang sama untuk diteliti. Sebagai catatan, peneliti hanya memilih media dengan fokus utama pada *game*. Artinya, media arus utama seperti

IDNtimes.com dan *Detik.com* tidak termasuk karena fokus mereka bukan *game*. Peneliti mencatat semua berita dalam kurun waktu empat minggu di bulan Januari, yakni dari tanggal 2-29 Januari 2022.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, rumusan masalah penelitian ini adalah seperti apa pemetaan konten jurnalisme *game* di *Kotakgame.com*, *Jagatplay.com*, *Revivaltv.id*, dan *Gamefinity.id* selama periode empat minggu di bulan Januari?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang sebelumnya sudah diuraikan, maka pertanyaan penelitian dibagi menjadi,

- a. Berapa persentase berita dengan jenis *hard news* dan *soft news* di keempat media yang diteliti?
- b. Berapa persentase berita dengan tipe *straight news* dan *feature* di keempat media yang diteliti?
- c. Berapa persentase berita yang bersifat kritis di keempat media yang diteliti?
- d. Berapa persentase berita yang bersifat tidak kritis di keempat media yang diteliti?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui persentase berita dengan jenis *hard news* dan *soft news* di keempat media yang diteliti.
- b. Mengetahui persentase berita dengan tipe *straight news* dan *feature* di keempat media yang diteliti.
- c. Mengetahui persentase berita yang kritis di keempat media yang diteliti.
- d. Mengetahui persentase berita yang tidak kritis di keempat media yang diteliti.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian berupa pemetaan konten jurnalisme *game* menjadi sumber data untuk penelitian jurnalisme *game* yang berikutnya, contohnya sebagai landasan untuk melakukan penelitian dengan perspektif konstruktivis atau kritis. Selain itu, pemetaan ini dapat digunakan sebagai data pembandingan, misalnya untuk dibandingkan dengan tren jurnalisme *game* di Eropa dan Amerika Serikat. Penelitian ini pun berusaha mengembangkan konsep berita kritis dan kerangka kategorinya yang dikembangkan oleh Benson.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Peneliti membahas jurnalisme *game* di empat media di Indonesia dengan pendekatan kuantitatif dan metode analisis isi. Hasil penelitian ini akan memetakan jenis dan tipe berita jurnalisme *game* di empat media di Indonesia. Selain itu, penelitian ini dapat memetakan persentase konten yang kritis dan persentase konten yang tidak kritis. Namun, sebagai konsekuensi penerapan pendekatan dan metode ini, penelitian ini tidak dapat menjelaskan alasan mengapa media memiliki kecenderungan untuk membuat konten kritis atau mungkin tendensi untuk membuat konten yang tidak kritis.

U 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