

ANALISIS KETERLIBATAN KOMUNITAS DALAM INDUSTRI PERMAINAN DARING DI INDONESIA

Moh. Adli Ahdiyati dan Irwansyah
adlicious19@gmail.com
dr.irwansyah.ma@gmail.com

Article Info

Keyword:

Community, Virtual Community, New media, eSports, Online game industry

Abstract

The games industry in Indonesia develops fastly in the era of digital with millions of hundred dollar profits per year. The role the consumers, as one of the important stakeholders, who considered as active members of the online game community have a big role in the industry. This article describes the role of the online game company in creating a community, both virtual (online) community or real community (offline), and describes the various business and industrial potentials that exist within the online game community. The findings are including; 1) The online game industry in Indonesia plays a role in forming an online and offline community that have attentions from government as community with a pivotal role in society; 2) Through activity in the online and offline communities, gamers can take advantages of their hobbies as a way to generate financial benefits; 3) The potential of business in the online gaming community can significantly help the development of the online game industry. This study suggests further researcher give attention to the research of the development of the online gaming industry to provide a significant recommendation to develop the online game industry as well as creating discussion about the relevant theories.

Copyright © 2018 Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri hiburan patut menjadi perhatian penting bagi berbagai pihak dikarenakan industri hiburan memiliki tingkat keterlibatan khalayak yang sangat tinggi. Industri hiburan tidak lagi hanya terpaku pada konten-konten di dalam industri penyiaran seperti film, musik, drama panggung, dan lain-lain. Perkembangan pesat industri *video game* juga merupakan hal yang patut mendapatkan perhatian melihat peminatnya yang cukup besar di berbagai kalangan. Video game yang dahulu merupakan hal yang sering diabaikan dan hanya dianggap sebagai hobi, kini telah menjadi industri bernilai ratusan juta dolar. Orang-orang dari segala usia dan jenis kelamin di seluruh dunia bermain video game dengan jumlah yang lebih tinggi daripada sebelumnya (Hadzinsky, 2014).

Awal kepopuleran video game memanfaatkan konsol tertentu untuk memainkannya seperti konsol Playstation, X-Box, dan Nintendo. Bermain video game hanya dapat dinikmati oleh segelintir orang

dalam ruang tertentu. Dengan berkembangnya teknologi digital dan internet, para penggiat industri permainan mulai membuat inovasi baru dengan menghadirkan permainan digital yang memungkinkan para pemainnya untuk memainkan permainan elektronik secara online. Keseruan memainkan permainan elektronik tidak lagi terpisah oleh sekat ruang. Permainan yang dimainkan secara online yang disebut juga dengan permainan daring memiliki karakteristik dapat dimainkan oleh beberapa orang di tempat yang berbeda dengan menggunakan teknologi komputer dan jaringan internet. Permainan daring sangat mudah diakses dari berbagai perangkat seperti konsol, komputer, tablet, dan smartphone. Tentunya hadirnya permainan daring menawarkan pengalaman baru bagi para pemain game.

Interaksi dan aktivitas yang terjadi di permainan daring melahirkan komunitas-komunitas virtual yang semakin banyak dari waktu ke waktu. Hubungan permainan daring dengan khalayaknya dalam struktur sosial serta perannya dalam membentuk komunitas

Corresponding Author:

Moh. Adli Ahdiyati dan Irwansyah
Email: adlicious19@gmail.com
dr.irwansyah.ma@gmail.com

virtual telah menjadi pembahasan dalam penelitian ataupun artikel akademik. Penelitian yang dilakukan oleh Siitonen (2007) mengemukakan istilah komunitas permainan daring dengan istilah *multiplayer communities*. Hasil penelitian tersebut menawarkan definisi dari *multiplayer community* sebagai proses interaksi sosial dan komunikasi yang dinamis dan berkelanjutan di mana kelompok atau pemain permainan daring membentuk jaringan atau ikatan hubungan interpersonal. Hubungan tersebut didasarkan pada kegiatan bersama dalam konteks permainan daring seperti kegiatan sosialisasi dan berbagi informasi, rasa memiliki, dan identitas sosial. Pada intinya, minat dan preferensi orang terhadap permainan daring adalah hal yang mendasari terbentuknya komunitas permainan daring.

Di Indonesia, minat khalayak dari kalangan muda dan remaja terhadap permainan daring sangat besar. Besarnya minat terhadap permainan daring di Indonesia mencapai tahap di mana para pemain mengalami kecanduan akan permainan daring. Penelitian yang dilakukan oleh Jap, Tiatri, Jaya, dan Suteja, (2013) mengemukakan rumusan untuk mengukur tingkat kecanduan permainan daring yang dialami oleh para remaja di Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa durasi bermain permainan daring dalam satu hari, rata-rata jumlah hari dalam satu minggu untuk bermain permainan daring, dan rata-rata pengeluaran finansial untuk permainan daring dalam satu minggu dapat menjadi acuan untuk mengukur tingkat kecanduan seseorang terhadap permainan daring. Dari penelitian tersebut, penulis melihat bahwa orang yang aktif bahkan sampai berada di tingkat kecanduan bermain permainan daring tidak bisa terlepas dari keaktifannya di komunitas virtual di mana dia berada. Komunitas-komunitas permainan daring di Indonesia memanfaatkan aktivitas mereka bermain game untuk berbagai macam kegunaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rivi Handayani (2018) mengemukakan bahwa fans dalam fandom permainan daring Mobile Legends Bang Bang (MLBB) memanfaatkan keanggotaannya di dalam fandom untuk memperoleh pengetahuan baru mengenai cara memainkan game dan selanjutnya menjadikan hal tersebut sebagai dasar untuk membangun identitas

untuk meraih penghargaan dari sesama fans. Bahkan banyak dari para *online mobile gamers* yang merupakan anggota dari fandom tersebut yang memanfaatkan peringkatnya di game untuk meraih keuntungan finansial dengan cara menjadi joki (memainkan akun permainan daring MLBB orang lain untuk mencapai peringkat tertentu) atau menjual akun yang telah mencapai peringkat tinggi, berjualan barang-barang digital yang diperjualbelikan di dalam game (*in game purchase*), dan dengan cara melakukan *live streaming* di Youtube untuk berbagi tips *skill* bermain.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ricky, Sudrajat, dan Pamungkas (2016) membahas tentang pola komunikasi kelompok pada klan atau komunitas 1-RON pada permainan daring *Clash of Clans*. Penelitian tersebut dilakukan dengan metode kualitatif virtual etnografi. Hasil penelitian menemukan bahwa pola komunikasi yang terjadi di komunitas 1-RON pada permainan daring *Clash of Clans* adalah pola komunikasi *all-channel*. Komunikasi terjadi secara terbuka di mana para anggotanya sangat terbuka satu sama lain dalam memberikan berbagai macam informasi sehingga komunikasi berjalan dengan lancar dan tidak ditemukan hambatan. Dalam komunitas 1-RON, leader tim adalah individu yang paling berpengaruh dan berperan terhadap lancarnya proses komunikasi di komunitas tersebut.

Dari kajian beberapa artikel dan penelitian terdahulu, dalam artikel ini penulis akan menjabarkan lebih rinci mengenai peran eksistensi industri permainan daring di Indonesia dalam menciptakan komunitas permainan daring baik *online* maupun *offline* dan berbagai potensi industri yang ada di dalam komunitas permainan daring. Dengan karakteristik permainan daring yang menawarkan pengalaman baru bagi para pemainnya dalam berinteraksi secara virtual, artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana industri permainan daring dapat membentuk komunitas permainan daring, serta mendeskripsikan berbagai potensi industri yang ada di dalam komunitas permainan daring. Artikel diharapkan dapat menanggapi saran dari penelitian yang dilakukan oleh Faust, Meyer, & Griffiths, (2013) yang menyatakan bahwa perkembangan permainan daring memiliki potensi untuk diteliti secara akademik.

KAJIAN PUSTAKA

Metodologi

Dalam artikel ini, penulis menjabarkan dan memecahkan permasalahan penelitian dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan melakukan literature review. Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan gejala, masalah, atau konsep yang dijadikan fokus penelitian dengan mengkaji data sekunder berupa jurnal, artikel ilmiah, berita, sumber elektronik dan digital, dan berbagai sumber lain yang relevan dengan bahasan artikel.

Kajian Konseptual

Industri Permainan Daring

Permainan daring adalah komoditas baru yang mulai populer di dunia semenjak teknologi informasi dan internet berkembang. Industri permainan daring adalah perpanjangan dari industri game *offline*. Permainan daring dapat didefinisikan sebagai program permainan digital yang memanfaatkan jaringan untuk menghubungkan satu perangkat dengan perangkat yang lainnya. Jaringan tersebut dapat memanfaatkan jaringan LAN (*Local Area Network*) atau jaringan internet (Armitage, Claypool, & Branch, 2006). Definisi dari permainan daring dapat menjelaskan karakteristik yang khas darinya yaitu memanfaatkan jaringan internet dan umumnya dimainkan lebih dari satu orang. Berdasarkan hal tersebut tentu saja permainan daring menawarkan pengalaman baru bagi para penggemar game di era digital ini.

Pengembangan permainan daring tidak terbandung dari waktu ke waktu. Perkembangan tersebut menghasilkan jenis-jenis permainan daring yang berbeda karakteristik dan cara memainkannya. Jenis-jenis permainan daring yang populer adalah sebagai berikut:

1. *Massively Multiplayer Online (MMO)*

Jenis permainan daring ini dimainkan melalui jaringan LAN (*Local Area Network*) atau melalui jaringan internet. Pemain menggunakan jaringan tersebut dan berinteraksi dengan pemain lain di dalam dunia virtual. Pemain bahkan dapat bermain dengan ratusan orang di penjuru dunia dalam satu waktu (Hurst, 2015). Contoh dari permainan daring populer dari jenis ini adalah *Player Unknown*

Battleground (PUBG), *Freefire*, dan *Overwatch*.

2. *Real-Time Strategy*

Jenis game ini adalah game yang membutuhkan keahlian dalam menyusun strategi di mana pemain harus membangun sebuah pasukan, bangunan, dan inventaris. Game Jenis ini sering diperuntukkan untuk game bergenre peperangan. Game ini juga dimainkan oleh beberapa orang secara real-time atau dalam waktu yang sama (Hurst, 2015). Contoh populer dari game jenis ini adalah *Age of Empire*.

3. *Role-Playing Games (RPG)*

Dalam jenis permainan daring ini, pemain game memainkan sebuah peran dalam sebuah cerita. Pemain dapat menentukan alur cerita yang diinginkannya. Disamping itu, terdapat petunjuk naratif yang disiapkan oleh program game. Game jenis ini seringkali bergenre fantasy (Hurst, 2015). Contoh game berjenis RPG yang populer adalah *Final Fantasy*, *Pokemon*, *Digimon Online*, dan *Ragnarok Online*.

4. *Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)*

MOBA adalah jenis permainan daring yang merupakan sub-genre dari jenis game RTS. Pada umumnya MOBA adalah game yang dimainkan oleh sepuluh orang yang dibagi menjadi dua tim (5 versus 5). Berbeda dengan RTS, di dalam MOBA tidak ada penyusunan strategi dengan membangun bangunan dan pasukan. Strategi lebih difokuskan kepada pengembangan skil karakter dan strategi dalam pertempuran antar tim di dalam arena (Moracantalops & Sicilia, 2018). Contoh populer dari permainan daring jenis ini adalah *DOTA 2*, *Mobile Legends Bang Bang (MLBB)*, *Vain Glory*, *League of Legends*, dan *Arena of Valor (AoV)*.

5. *First-Person Shooting (FPS)*

FPS adalah jenis permainan daring di mana tampilan game adalah gambaran dari penglihatan mata para pemain game. Jenis permainan daring ini sangat populer dikalangan para pecinta game dengan genre shooting. Doom adalah game dengan jenis FPS yang pertama kali dirilis pada tahun 1994 (Armitage et al., 2006). Contoh lain dari permainan daring FPS adalah *Counter Strike* dan *Point Blank*.

Berkembangnya jenis-jenis permainan daring yang telah disebutkan menggambarkan besarnya peran

industri permainan daring dalam membentuk jenis hiburan baru yang interaktif dan inovatif dengan memanfaatkan teknologi informasi dan internet. Di samping itu, perkembangan permainan daring juga memunculkan persaingan antara platform konsol (Playstation, Nintendo, dan Microsoft) dengan platform PC dan ponsel pintar. Untuk mengatasi persaingan tersebut para *publisher* dan *developer* game menentukan game-game tertentu untuk dimainkan di tiap-tiap platform (Hadzinsky, 2014). Contohnya seperti game bergenis MOBA yang hanya bisa dimainkan di platform PC (contohnya: *DOTA 2* dan *League of Legend*) dan sebagian MOBA hanya bisa dimainkan di ponsel pintar (contohnya adalah: *Mobile Legends Bang Bang*, *Vain Glory*, dan *Arena of Valor*). Sampai saat ini belum ditemukan permainan daring bergenis MOBA yang dimainkan di platform konsol. Contoh lainnya adalah permainan olahraga yang memiliki fitur daring atau online seperti FIFA yang hanya bisa dimainkan di konsol secara online, tidak untuk Platform PC dan ponsel pintar. Meskipun game FIFA tersedia untuk platform PC dan ponsel pintar, fitur-fitur dan cara memainkan permainan tersebut tidak selengkap dan secanggih yang tersedia pada platform konsol.

Perkembangan industri permainan daring juga memunculkan peluang baru di mana permainan daring dianggap sebagai lahan untuk mendapatkan profit. *Gamer*, sebutan untuk orang yang gemar memainkan game menjadi profesi yang menjanjikan. Profesi sebagai gamer mulai populer ketika game offline bergenre sport seperti *Winning Eleven*, *FIFA*, dan *Madden NFL* mulai diangkat menjadi sebuah kompetisi. Semenjak itu, muncul istilah baru untuk game yang dikompetisikan dengan istilah *eSports*. Dengan hadirnya teknologi informasi dan internet, istilah *eSports* berkembang. Istilah *eSports* tidak lagi hanya digunakan untuk game bergenre sports, tetapi juga digunakan untuk permainan daring bergenis MOBA, RTS, dan MMO yang diangkat dalam kompetisi tingkat nasional ataupun internasional. Bahkan pada perhelatan Asian Games 2018, permainan daring *MOBA Arena of Valor* menjadi salah satu cabang olahraga yang dikompetisikan.

Komunitas Offline dan Online

Manusia pada dasarnya hidup dan membutuhkan orang lain untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Gagasan mengenai komunitas dapat menggambarkan aspek positif dari kehidupan masyarakat. Komunitas dapat didefinisikan dengan sekumpulan orang dengan hubungan sosial yang bermakna, didasari oleh prinsip, nilai-nilai, dan minat yang sama (Douglas, 2010). Adanya komunitas diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat untuk membangun masyarakat yang kuat dengan dasar-dasar nilai yang luhur.

Douglas (2010) dalam artikelnya mengenai tipe-tipe komunitas mengajukan dua kategori komunitas dengan empat sub-kategori di masing-masing kategori, sebagai berikut:

1. Komunitas Geografis

- a) Komunitas skala kecil yang berada di suatu tempat.
- b) Komunitas pertemanan di sekolah atau tempat kerja.
- c) Komunitas pertemanan dengan latar belakang budaya yang sama.
- d) Komunitas yang ditandai oleh kepemilikan dan pemakaian hak secara kolektif.

2. Komunitas Pilihan

- a) Komunitas yang dipilih berdasarkan aktifitas sehari-hari.
- b) Komunitas yang dipilih berdasarkan kesatuan rasa, ideologi, dan minat.
- c) Komunitas terbangun (*imagined community*).
- d) Komunitas Virtual (*Computer and Internet-based community*).

Berdasarkan kategorisasi komunitas yang ditawarkan Douglas (2010), Komunitas virtual memiliki karakteristik yang berbeda dari tujuh sub-kategori lain dari komunitas. Satu hal yang jelas membedakan komunitas virtual dengan jenis komunitas lainnya adalah bahwa komunitas virtual terwujud dengan adanya perkembangan teknologi dan internet. Komunitas Virtual adalah tempat di jaringan internet (web) di mana orang dapat saling bertemu dan berbicara secara online dengan orang lain yang memiliki minat yang sama. Tidak hanya untuk saling bertemu dan menyapa, komunitas virtual juga dapat merujuk kepada tempat atau kelompok orang di mana

di dalamnya terjadi transaksi finansial di antara anggota komunitas secara online (Gupta & Kim, 2004).

Menurut Yusof (2008), jenis komunitas virtual dapat dibagi sebagai berikut:

1] *Relationship Virtual Community*

Jenis komunitas virtual yang bertujuan untuk membangun hubungan dan ketrikatan antara orang-orang. Contohnya adalah orang-orang yang masuk di dalam komunitas di dalam media sosial seperti Friendster dan Facebook.

2] *Fantasy Virtual Community*

Jenis komunitas virtual yang di bentuk dalam sebuah miniatur lingkungan di mana orang-orang dari seluruh dunia dapat berkumpul di satu tempat virtual di Internet. Contohnya adalah permainan daring, di mana orang di seluruh dunia dapat berkumpul dan berkompetisi secara virtual.

3] *Place Virtual Community*

Jenis komunitas virtual ini merepresentasikan tempat yang ada di dunia nyata. Contoh dari jenis komunitas virtual ini adalah Web Site kota Syracuse yang digunakan sebagai miniatur dari kota Syracuse. Web site tersebut dapat digunakan untuk mengetahui informasi mengenai tempat-tempat dan even-even yang diselenggarakan di kota tersebut.

4] *Mind and Interest Virtual Community*

Komunitas virtual yang terbentuk dari kesatuan nilai-nilai, prinsip, persepsi, dan minat dari anggotanya. Contohnya adalah Web Site atau forum akademisi yang menjadi wadah bagi para akademisi untuk berbagi pengetahuan atau hasil penelitian seperti Web Site sciencedirect, Google Scholars, dan lain – lain.

5] *Transaction Virtual Community*

Komunitas virtual yang menjadi wadah untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa, serta berbagi informasi mengenai kegiatan transaksi tersebut. Contohnya adalah Web Site e-Commerce seperti e-Bay, Amazon, Bukalapak, dan Tokopedia.

Di era digital ini, nampaknya komunitas virtual (*online*) menunjukkan adanya kekuatan yang lebih besar dari pada komunitas nyata (*offline*). Hasil penelitian Rosenberry (2010) menemukan bahwa

komunitas virtual (*online*) dapat membantu penyelesaian masalah yang ada di dalam komunitas nyata (*offline*). Keterlibatan para anggota komunitas virtual di media sosial aktif dalam menyebarkan isu atau permasalahan yang menyangkut keadaan komunitas nyata (*offline*) yang sedang terkena suatu masalah. Komunitas virtual memiliki sumbangsih yang besar terhadap perubahan pemikiran mengenai masalah komunitas nyata yang sedang dihadapi, memprediksi dan menawarkan pemahaman yang lebih baik mengenai masalah yang sedang dihadapi, dan menawarkan pemecahan masalah yang lebih solutif mengingat anggota komunitas virtual memiliki cakupan yang lebih luas dari pada anggota di komunitas nyata. Bahkan, kini orang dapat mengintegrasikan apa yang didapatkannya di komunitas virtual dengan kegiatannya di komunitas nyata. Contohnya, apa yang didapatkan seseorang dari forum virtual di media sosial dapat diaplikasikan dalam kegiatannya sehari-hari di komunitas nyata (Zhang, Jiang, & Carroll, 2011). Kesimpulan dari penjelasan mengenai komunitas mengantar kepada pengertian mengenai komunitas online dan komunitas *offline*. Komunitas online adalah komunitas yang anggotanya berinteraksi secara virtual melalui jaringan komputer dan internet, sedangkan komunitas offline adalah komunitas yang anggotanya berinteraksi secara fisik dan nyata.

TEMUAN DAN DISKUSI

Peran Industri Permainan daring dalam Membentuk Komunitas offline dan online di Indonesia.

Industri permainan daring mengalami perkembangan pesat dan tidak diragukan lagi memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Pemerintahan melalui Kementerian BUMN dan PT. Telkom mulai melirik potensi besar yang ada dalam Industri Permainan daring atau *eSports*. PT. Telkom Indonesia menyatakan bahwa di Indonesia ada lebih dari 41 juta pemain permainan daring dengan perputaran uang mencapai 900 juta dollar AS dalam satu tahun (Ramli, 2018). Besaran angka tersebut dapat menggambarkan besarnya animo masyarakat Indonesia terhadap industri permainan daring. Peminat permainan daring yang

terdiri dari orang-orang dengan berbagai latar belakang pendidikan, budaya, ideologi, dan usia menjadikan permainan daring tidak hanya menjadi wadah untuk bermain, namun juga menjadi wadah untuk saling berinteraksi dan bertukar pikiran. Seperti halnya media baru seperti media sosial, permainan daring juga memberikan wadah bagi para khalayaknya untuk terlibat di dalam sebuah komunitas, baik komunitas virtual (*online*) ataupun komunitas nyata (*offline*).

Ketika seseorang memainkan permainan daring, maka dia secara langsung terlibat dalam interaksi secara virtual. Di dalam satu jenis permainan daring yang terdiri dari ribuan bahkan jutaan pengguna, secara tidak sadar para pengguna sudah menjadi anggota komunitas virtual di mana para anggotanya memiliki tujuan, minta, dan prinsip yang sama. Seperti yang telah didefinisikan oleh Douglas (2010) bahwa komunitas adalah sekumpulan orang yang memegang prinsip, nilai, dan minat yang sama. Pada komunitas virtual, segala interaksi terjadi secara online atau melalui koneksi jaringan komputer dan internet.

Dalam komunitas permainan daring, bentuk persepsi, nilai-nilai, dan prinsip tentu berbeda dengan komunitas lainnya. Persepsi para pemain permainan daring adalah memandang bahwa bermain permainan daring adalah salah satu cara untuk mendapatkan hiburan. Nilai-nilai yang dipegang oleh para pemain permainan daring adalah nilai-nilai kerjasama, solidaritas, persaingan, dan ketangkasan atau kecakapan dalam bermain permainan daring. Prinsip yang dijaga oleh para pemain game mungkin berbeda antar pemain permainan daring. Namun, secara umum para pemain permainan daring memiliki prinsip untuk memenangkan sebuah pertandingan ketika memainkan permainan daring. Kesatuan persepsi, nilai, dan prinsip tersebut mendorong para anggota komunitas untuk berinteraksi satu sama lain.

Melalui perspektif komunitas virtual (*online*) dan komunitas nyata (*offline*), penulis menemukan dua jenis keanggotaan komunitas permainan daring. Pertama, keanggotaan dalam komunitas virtual. Dalam artian, para pemain game menjadi anggota secara virtual dalam sebuah permainan daring. Ketika seseorang mendaftarkan akun baru dalam sebuah permainan daring maka dia sudah masuk dalam sebuah

komunitas virtual. Kedua, keanggotaan dalam komunitas nyata (*offline*). Dalam artian, seorang pemain permainan daring masuk ke dalam komunitas atau kelompok orang yang melakukan kegiatan sehari-hari yang berhubungan dengan permainan daring. Contohnya seperti tim *eSports* yang disiapkan untuk mengikuti kompetisi-kompetisi *eSports* baik di tingkat nasional ataupun internasional. Di Indonesia, telah terbentuk banyak tim *eSports* yang mampu meraih prestasi di kancah internasional seperti BOOM ID untuk game *DOTA 2*, *RRQ O2* untuk game *Mobile Legends Bang Bang (MLBB)*, dan *Elite8* yang merupakan tim terbaik di Asia Tenggara untuk game *Vain Glory* (Elia, 2011).

Perkembangan komunitas *eSports* di Indonesia menunjukkan bahwa Industri Permainan daring telah mendapat dukungan dari berbagai pemangku kepentingan baik dari pihak *developer*, *publisher*, pemerintahan, dan masyarakat secara umum sebagai khalayak permainan daring. Bentuk dukungan pemerintahan terhadap perkembangan *eSports* adalah dengan membentuk *Indonesia eSports Association (IeSPA)* dibawah naungan Kementrian Pemuda dan Olahraga.

Indonesia eSports Association yang disingkat dengan *IeSPA* adalah asosiasi yang dibentuk pemerintah untuk mengatur regulasi *eSports* di Indonesia. Pembentukan *IeSPA* diawali dari kesadaran akan pentingnya sebuah asosiasi yang mewadahi komunitas *eSports* dan para pemangku kepentingan yang berkecimpung dalam industri *eSports*. Di negar-negara dengan perkembangan industri permainan daring yang pesat, asosiasi *eSports* didukung sepenuhnya oleh pemerintah. Sama halnya dengan *IeSPA*, pembentukan *IeSPA* didukung oleh Kementrian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) sebagai pelindung dan berada langsung dibawah binaan Forum Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (FORMI). Selain itu, *IeSPA* juga sudah terdaftar dalam keanggotaan *International eSport Federation (ISF)*. Kedepannya *IeSPA* akan menjadi tempat atau Wadah untuk mendukung perkembangan industri *eSports* di Indonesia dengan secara rutin menggelar even, kompetisi, seminar, dan pelatihan mengenai *eSports* (*IeSPA*, 2017). Pada tahun 2019 ini, *IeSPA* akan

menyelenggarakan kompetisi *eSports* bertajuk *Indonesia eSports League University Series*. Kompetisi tersebut akan diikuti oleh tim *eSports* dari 12 Universitas di Indonesia. Permainan daring yang akan dikompetisikan adalah *Mobile Legends Bang Bang* dan *DOTA 2* (Ludwianto, 2019).

Terbentuknya *IeSPA* adalah bentuk di mana komunitas permainan daring atau *eSports* mendapatkan dukungan lebih dari pemerintah, bahkan *eSports* telah disamakan dengan cabang olahraga lainnya dan para pemain profesional yang mengikuti kompetisi di tingkat nasional maupun internasional telah dianggap sebagai atlet virtual (Jenny et al., 2016).

Gamer sebagai Profesi dan Pengaruhnya di dalam Komunitas Gaming Online dan Offline.

Permainan daring bagi sebagian orang hanyalah wadah untuk hiburan dan melepaskan penat dari kesibukan sehari-hari. Namun, bagi sebagian yang lain, permainan daring adalah wadah untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Para gamer profesional adalah orang-orang yang terikat kontrak dengan sponsor atau perusahaan tertentu dan dibayar untuk bermain *game*. *Game* yang dimainkan tentunya permainan daring yang sering dikompetisikan dalam kompetisi nasional dan internasional yang berhadiah uang dengan nominal yang besar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Woodcock dan Johnson (2018), para *gamer* profesional adalah tenaga kerja untuk industri permainan daring.

Di Indonesia, profesi sebagai *gamer* memiliki kedudukan yang diperhitungkan di masyarakat. Para *gamer* tidak hanya mencari keuntungan dengan menjalin kontrak dengan sponsor atau perusahaan. Mereka juga mencari keuntungan dengan membuat akun media sosial seperti Instagram dan Youtube untuk berbagi informasi mengenai permainan daring, dan tentunya untuk meraup keuntungan yang banyak dari fitur *Google AdSense* dan *Erdorsement* produk dengan permintaan tertentu. Para *gamer* profesional menjadi layaknya artis dan figur publik yang memiliki ratusan ribu bahkan jutaan penggemar. Namun tentunya pencapaian tersebut ditempuh dengan penuh pengorbanan baik waktu, tenaga, dan materi (Johnson & Woodcock, 2019).

Ketika seorang *gamer* menjadi figur publik, maka tidak bisa dielakkan pengaruhnya terhadap komunitas permainan daring yang membesarkan namanya. Seorang *gamer* profesional akan menjadi referensi bagi anggota komunitas permainan daring lain untuk dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam bermain. Contohnya seperti akun *game* MOBA *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) dengan nama *Jess No Limit* yang menjadi acuan bagi banyak pemain permainan online MOBA untuk meningkatkan kemampuan mereka. Pemilik akun *Jess No Limit* adalah Justin, seorang anak muda yang telah mengasah kemampuannya dalam bermain *game* semenjak kecil dan sekarang telah menjadi bintang bagi komunitas permainan daring atau *eSports* baik *online* maupun *offline*. Bahkan Justin telah meraih penghargaan sebagai “*Digital Persona of The Year*” dalam acara *Indonesia Choice Awards 5.0* yang diselenggarakan oleh NET.TV. Alasan utama Justin mendapat penghargaan tersebut adalah banyaknya dukungan dari penikmat dan pemain permainan daring khususnya MOBA *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB) di Indonesia, serta tingginya skil dan banyaknya prestasi yang telah didapat oleh Justin (Mike, 2018).

Komunitas Virtual Permainan daring sebagai Pendukung Perputaran Ekonomi Industri Permainan daring.

Yusof (2008) telah mengemukakan lima jenis komunitas virtual, diantaranya adalah *relationship virtual community*, *fantasy virtual community*, *place virtual community*, *mind and interest virtual community*, dan *transactional virtual community*. Untuk membahas *real money trading (RMT)* di dalam komunitas virtual, penulis akan mengambil tiga jenis jadi komunitas virtual yang dapat dijadikan landasan untuk menggambarkan karakteristik komunitas virtual permainan daring di Indonesia. Tiga jenis komunitas virtual tersebut adalah *fantasy virtual community*, *mind and interest virtual community*, dan *transactional virtual community*.

Karakteristik yang mudah dipahami dari komunitas virtual permainan daring adalah pertama, bahwa komunitas tersebut menyatukan banyak orang untuk memainkan permainan daring dalam waktu yang

sama seperti permainan daring dengan jenis MMO atau game dengan jenis MOBA, karakteristik ini sesuai dengan pengertian mengenai *fantasy virtual community*. Kedua, komunitas virtual permainan daring beranggotakan orang-orang yang memiliki persepsi, prinsip, tujuan, dan minat yang sama yaitu sama-sama gemar bermain permainan daring untuk menjadi sumber hiburan. Karakteristik tersebut sesuai dengan pengertian dari *mind and interest virtual community*. Ketiga, selain dibangun dari minat yang sama dan menjadi tempat bertemunya para anggota

Gambar 1. Harga diamonds di MOBA *Mobile Legends Bang Bang (MLBB)*

komunitas virtual ketika bermain game dalam waktu yang sama, komunitas virtual permainan daring juga banyak digunakan untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli barang digital yang disediakan di dalam sistem permainan daring baik dengan menggunakan uang virtual atau pun dengan menggunakan uang nyata atau *real money trading (RMT)*.

Mekanisme pasar di dunia virtual agak berbeda dari yang ada di dunia ekonomi secara nyata. Fitur penting dari kegiatan ekonomi di dalam permainan daring adalah bahwasanya tidak ada perusahaan khusus yang mengatur sistem ekonomi di dalam sistem permainan daring, semuanya sudah diatur dalam satu kesatuan sistem permainan daring dengan menyematkan fitur *in-game purchase*. Pemain sebagai individu yang diwakili oleh avatar memproduksi barang dan memasok ke pasar virtual dan menjualnya dengan nominal uang nyata. Pada pengertian ini, ekonomi dalam dunia maya dapat digambarkan sebagai ekonomi di zaman batu di mana orang bertahan hidup dari hasil berburu dan mengumpulkan hasil buruan (Yamaguchi, 2004). Skema tersebut terjadi di permainan daring mobile dengan jenis MOBA, MMO, dan jenis permainan daring dengan genre olah raga. Dalam game - permainan daring tersebut pemain akan mendapatkan uang virtual setelah bermain dan mencapai target tertentu. Setiap sistem permainan daring menyediakan target pencapaian tertentu dalam bermain game. Ketika pemain dapat mencapai target tersebut, maka pemain akan mendapatkan reward berupa uang virtual yang dapat digunakan untuk bertransaksi di di fitur shop pada permainan daring. Kegiatan jual beli di permainan

daring menggunakan kurs virtual yang berbeda ukuran dan jumlahnya antara satu permainan daring dengan yang lainnya (Yamaguchi, 2004). Umumnya, terdapat lebih dari satu jenis uang virtual dalam sebuah permainan daring.

Mobile Legends Bang Bang (MLBB) adalah permainan daring dengan jenis MOBA berbasis aplikasi di ponsel pintar yang paling banyak diminati di Indonesia. Dalam permainan daring *Mobile Legends Bang Bang* uang virtual dapat berupa *battle point*, *diamond*, dan *card*. *Battle point* dan *card* didapatkan sebagai reward setiap kali pemain dapat menyelesaikan target dan mencapai peringkat tertentu. Sedangkan *diamond* hanya bisa didapatkan dengan membeli dengan kurs uang nyata (lihat Gambar 1).



Dengan uang virtual, para pemain bisa berbelanja karakter hero, skin (tampilan karakter), dan peningkatan skill karakter. Di samping itu, pemain juga dapat menghancurkan diamond yang dia miliki kepada pemain lain. Ketika uang virtual telah habis dibelanjakan oleh pemain, sistem game menyediakan pembelian uang virtual dengan harga kurs uang nyata. Kegiatan transaksi jual beli di komunitas virtual permainan daring dapat dilihat sebagai pemenuhan kebutuhan hiburan oleh para anggota komunitas (Lopes, Souza, Augusta, & Freitas, 2017). Kegiatan transaksional tersebut secara langsung membantu pengembangan industri permainan daring secara berkelanjutan.

Pemanfaatan Peluang Bisnis Industri Permainan Daring di dalam Komunitas Virtual oleh Anggota Komunitas Virtual.

Industri permainan daring di Indonesia merupakan lahan yang menjanjikan untuk para penggiat bisnis berbasis jual beli barang virtual di Indonesia. Contoh peluang bisnis jual beli barang virtual dapat dilihat dalam permainan daring lama seperti permainan

daring Pokemon berjenis RPG. Dalam permainan tersebut, pemain dapat mengumpulkan barang – barang virtual yang nantinya dapat diperjual belikan secara nyata. Alasan barang virtual tersebut dapat diperjual belikan secara nyata mungkin tidak relevan bagi sebagian orang yang tidak terlibat dalam komunitas virtual di permainan daring tersebut. Para penggiat permainan daring tersebut beralasan bahwa terdapat barang-barang khusus yang memang tidak mudah untuk didapatkan. Untuk mendapatkan barang-barang tersebut pemain harus mengorbankan waktu, tenaga, dan materi yang lebih banyak. Pemain harus menelusuri seluruh lanskap yang ada di permainan daring untuk mendapatkan barang langka tersebut. Tentunya, hal seperti ini hanya akan dilakukan oleh orang - orang yang memiliki minat sangat mendalam terhadap permainan daring jenis RPG seperti Pokemon, dan peluang bisnis itu hanya terbatas pada komunitas permainan daring Pokemon RPG.

Potensi bisnis lainnya dapat dilihat dengan banyaknya anggota komunitas virtual permainan daring yang menyediakan jasa jual beli uang virtual seperti yang ada pada permainan daring berjenis MOBA. Para anggota komunitas menyediakan jasa jual beli barang virtual dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang ditawarkan oleh sistem permainan daring. Orang-orang di komunitas virtual permainan daring seperti Mobile Legends Bang Bang tidak hanya menyediakan jual beli barang virtual, mereka juga menyediakan jasa untuk memainkan akun MOBA pengguna lain agar bisa mencapai peringkat tertentu sesuai permintaan. Jasa tersebut sering disebut dengan sebutan jasa “joki”.

Kebutuhan akan barang-barang dan jasa virtual memunculkan ide sebagian anggota komunitas virtual permainan daring untuk membuat sebuah *market place berbasis Web Site e-Commerce* yang memperjual belikan barang-barang dan jasa virtual. Di Indonesia, terdapat satu market place yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan para penggemar permainan daring. Situs www.itemku.com adalah *e-Commerce* yang cukup terpendang di kalangan komunitas permainan daring di Indonesia. Masyarakat komunitas virtual tidak hanya bisa bergabung sebagai pembeli, mereka jga dapat berpartisipasi sebagai penjual. Itemku hadir sebagai situs market place yang memperjual

belikan berbagai macam produk dan jasa virtual seperti Top-up voucher permainan daring, skin, uang dan kurs virtual, patch dan kunci untuk instalasi permainan daring, jasa joki, dan mystery box untuk permainan daring *Mobile Legends*, *DOTA 2*, dan *PUBG Online*. Situs ini juga hadir sebagai pembanding harga dan pemberi informasi mengenai arus bisnis barang virtual permainan daring di Indonesia (Itemku, 2019). Potensi yang besar dari bisnis di dalam komunitas virtual membuka peluang bagi anggota komunitas permainan online untuk lebih produktif dan kreatif dalam bermain permainan daring secara khusus dan berinteraksi dengan lingkungan komunitasnya secara umum.

KESIMPULAN

Perkembangan Industri permainan digital menciptakan sebuah komunitas, yaitu sekumpulan orang yang disatukan oleh prinsip, persepsi, nilai-nilai, dan minat yang sama. Permainan daring menjadi tempat virtual dimana di dalamnya orang-orang berinteraksi dengan menggunakan avatar dalam sebuah komunitas virtual. Di Indonesia perkembangan komunitas virtual permainan daring menjadi perhatian penting pemerintah dengan meresmikan *Indonesia eSports Association (IeSPA)* dibawah binaan Forum Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia (FORMI) dan dibawah naungan Kementrian Pemuda dan Olah raga (Kemenpora). Hal ini menunjukkan keseriusan pemerintah untuk mengontrol perkembangan industri permainan daring beserta para pemangku kepentingan yang terkait.

Industri permainan daring mengambil peran penting dalam menciptakan wadah bagi para pecinta dan pegiat permainan online untuk menyalurkan hobinya. Tidak sekedar itu, hobi bermain game dapat berubah menjadi profesi yang menjanjikan dengan adanya pengembangan lingkup dan jangkauan permainan daring. Dari yang dahulu hanya sebuah hiburan yang sering diabaikan, sekarang menjadi lahan penghasil profit bernilai ratusan juta dollar AS.

Selain pengaruh industri permainan daring terhadap komunitas yang begitu besar, eksistensi komunitas sebagai sekumpulan khalayak dan pemangku kepentingan sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri tersebut di Indonesia. Aktifitas

ekonomi di dalam komunitas virtual yang masif adalah bukti bahwa komunitas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan industri permainan daring di Indonesia.

Perkembangan aktifitas ekonomi dimana para anggota komunitas permainan daring tidak hanya berperan sebagai penikmat, memberikan pandangan bahwa para pemain permainan daring harus lebih menekankan produktifitas dalam bermain permainan daring. Meskipun banyak studi dan penelitian yang membahas efek negatif dari permainan daring terhadap sifat dan perilaku pemainnya, permainan daring tetap dapat dilihat dan dipandang sebagai hal yang memberikan dampak positif seperti tumbuhnya nilai-nilai kreatifitas, produktifitas, dan kerja sama antar anggota komunitas permainan daring.

Dari pembahasan di artikel ini, dapat disimpulkan bahwa permainan daring adalah salah satu pokok bahasan yang penting untuk diteliti secara akademis karena di dalamnya melibatkan berbagai macam aspek disiplin ilmu, diantaranya adalah aspek sosiologi, komunikasi, psikologi, teknologi, ekonomi, industri dan berbagai macam aspek lain. Penulis menyarankan adanya pengembangan penelitian ilmiah mengenai industri permainan daring agar selanjutnya dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan industri permainan daring.

DAFTAR PUSTAKA

Armitage, G., Claypool, M., & Branch, P. (2006). *Networking and Online Games: Understanding and Engineering Multiplayer Internet Games*. Chichester: John Wiley & Sons.

Douglas, H. (2010). Types of Community. In *International Encyclopedia of Civil Society*(pp.539–544). <https://doi.org/10.1007/978-0-387-93996-4>

Elia, Y.(2011). 9 Tim Esports Terbaik asal Indonesia di 2017! Retrieved March 26, 2019, from <https://www.revivaltv.id/9-tim-esports-terbaik-asal-indonesia/>

Faust, K., Meyer, J., & Griffiths, M. D. (2013). Competitive and Professional Gaming: Discussing Potential Benefits of Scientific Study. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*. <https://doi.org/10.4018/ijcbpl.2013010106>

Gupta, S., & Kim, H. (2004). Virtual Community:

Concepts, Implications, and Future Research Directions. In *Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems* (pp. 2679–2687). New York.

Hadzinsky, C. (2014). *Industry of Video Games. Past, Present, and Yet to Come. Scholarship @ Claremont*.

Handayani, R. (2018). Analisa Aktivitas Fandom Mobile Legend Indonesia Dalam Membangun Struktur Komoditas Baru (Studi Tentang Media Baru). *EJournal IAIN Kendari*.

Hurst, J. (2015). 12 Types Of Computer Games Every Gamer Should Know About. Retrieved March 25, 2019, from <https://thoughtcatalog.com/jane-hurst/2015/02/12-types-of-computer-games-every-gamer-should-know-about/>

IeSPA. (2017). About Us. Retrieved March 26, 2019, from <http://www.iespa.or.id/index.php/about-us>

Itemku. (2019). Tentang kami. Retrieved March 26, 2019, from <https://itemku.com/tentang-itemku>

Jap, T., Tiatri, S., Jaya, E. S., & Suteja, M. S. (2013). The Development of Indonesian Online Game Addiction Questionnaire. *PLoS ONE*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0061098>

Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., Olrich, T. W., Jenny, S. E., Manning, R. D., ... Jenny, S. E. (2016). Virtual(ly) Athletes : Where eSports Fit Within the Definition of “ Sport .” *Quest*, 69(March), 1–18. <https://doi.org/10.1080/00336297.2016.1144517>

Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). ‘It’s like the gold rush’: the lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv. *Information Communication and Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386229>

Lopes, L., Souza, F. De, Augusta, A., & Freitas, F. De. (2017). Revista de Administração Consumer behavior of electronic games ’ players : a study on the intentions to play and to pay. *Revista de Administração*, 52(4), 419–430. <https://doi.org/10.1016/j.rausp.2017.08.004>

Ludwianto, B. (2019). 12 Kampus di Indonesia Siap Ikuti Liga eSports Nasional. Retrieved March 26, 2019, from <https://kumparan.com/@kumparantech/12-kampus-di-indonesia-siap-ikuti-liga-esports-nasional-1546419748652280393>

Mike. (2018). 5 Alasan Jess No Limit Layak Dapat Penghargaan ICA 5. Retrieved March 26, 2019, from

-
- <https://esports.id/mobile-legends/news/2018/04/db576a7d2453575f29eab4bac787b919/5-alasan-jess-no-limit-layak-dapat-penghargaan-ica-50>
- Mora-cantallops, M., & Sicilia, M.-ángel. (2018). MOBA games : A literature review MOBA games : A literature review. *Entertainment Computing*, 26 (March), 128–138. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2018.02.005>
- Ramli, R. (2018). Ada 41 Juta Gamers, Perputaran Uang di Industri Game 900 Juta Dolar AS. Retrieved from 26 Maret 2019
- Ricky, R., Sudrajat, R. H., & Pamungkas, I. N. A. (2016). Pola Komunikasi Kelompok Game Online (Studi Virtual Etnografi pada Pengguna Game “Clash Of Clans” Komunitas 1-RON). *E-Proceeding of Management*, 3(1), 753–760.
- Siitonen, M. (2007). *Social Interaction in Online Multiplayer Communities* Marko Siitonen *Social Interaction in Online Multiplayer Communities*. Humanities.
- Yamaguchi, H. (2004). *An Analysis of Virtual Currencies in Online Games*. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.544422>
- Yusof, S. A. M. (2008). Understanding the Virtual Community of Gamers. *Encyclopedia of Networked and Virtual Organizations*, 1714–1721. <https://doi.org/10.4018/978-1-59904-885-7.ch226>
- Zhang, S., Jiang, H., & Carroll, J. M. (2011). Integrating online and offline community through facebook. In 2011 *International Conference on Collaboration Technologies and Systems (CTS)*(pp. 569–578).IEEE. <https://doi.org/10.1109/CTS.2011.5928738>