



**Upaya Asosiasi dan MNC Dalam Menjadikan E-Sports Sebagai Olahraga
Olimpiade**

SKRIPSI

oleh :

JALUD ARIE BRAHMANTYO

NIM 1409101016

PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

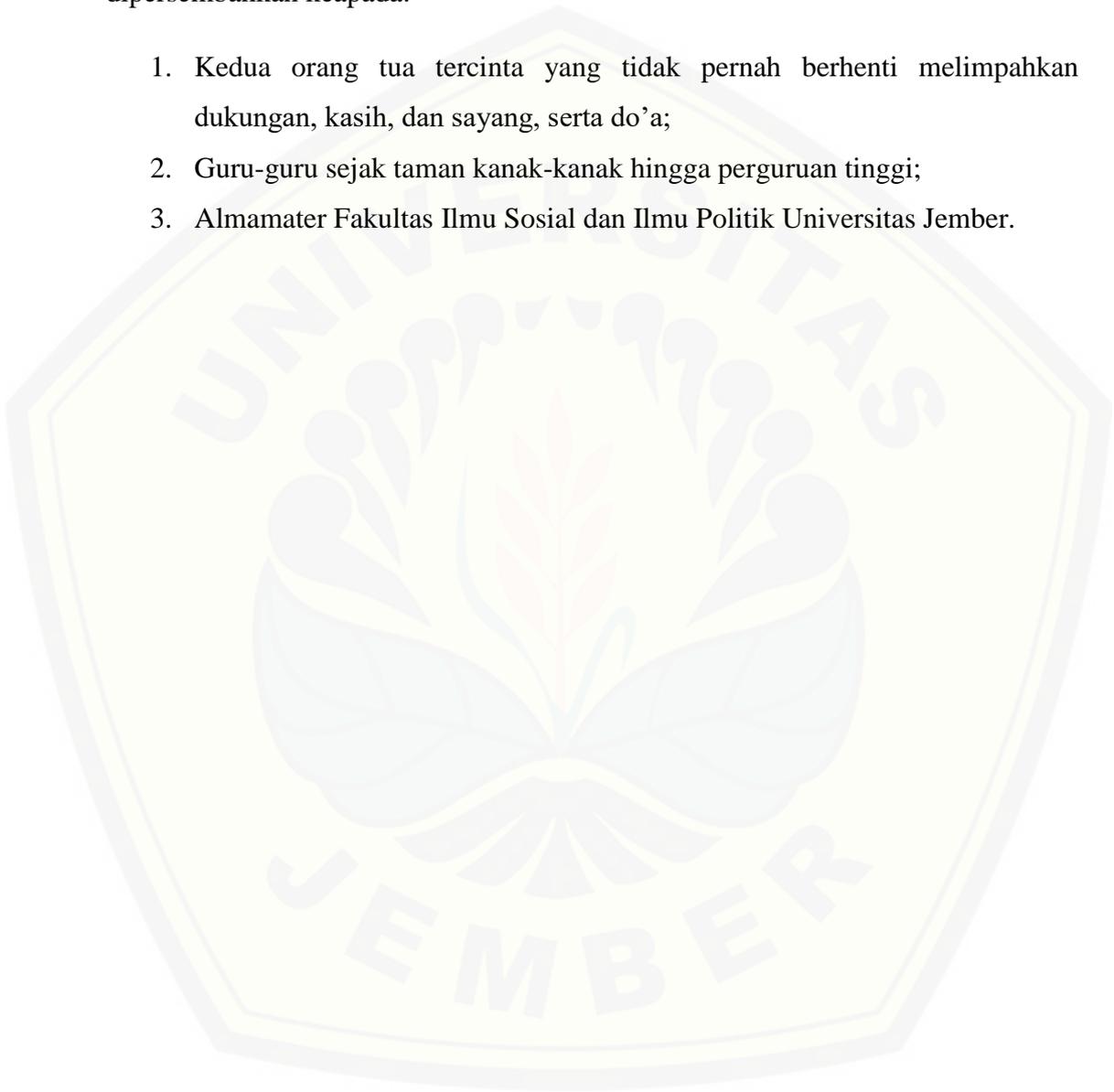
UNIVERSITAS JEMBER

2018

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya yang telah Ia limpahkan kepada penulis, sehingga tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dan dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang tidak pernah berhenti melimpahkan dukungan, kasih, dan sayang, serta do'a;
2. Guru-guru sejak taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi;
3. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

“Do i by any chance like anime? Yes sure i do, and of course hentai too”¹



¹ Jimmy Kimmel, *What Does Samuel Like?*, Youtube, 2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jalud Arie Brahmantyo

NIM : 140910101016

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Upaya Asosiasi dan MNC Dalam Menjadikan E-Sports Sebagai Olahraga Olimpiade” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 2 Juli 2018

Yang menyatakan,

Jalud Arie Brahmantyo

NIM 140910101016

SKRIPSI

**UPAYA ASOSIASI DAN MNC DALAM MENJADIKAN E-SPORTS
SEBAGAI OLAHRAGA OLIMPIADE**

***ASSOCIATION AND MNC'S ATTEMPTS TO MAKE E-SPORTS AS
OLYMPIC SPORT***

Oleh:

Jalud Arie Brahmantyo

140910101016

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dra. Sri Yuniati, M.Si.

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Puji Wahono, M.Si.



RINGKASAN

Upaya Asosiasi dan MNC Dalam Menjadikan E-Sports Sebagai Olahraga Olimpiade: Jalud Arie Brahmantyo, 140910101016: 2018: 92 halaman: Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

E-Sports adalah olahraga elektronik yang mempertandingkan atlet-atletnya dalam sebuah video *game*. E-Sports sangat terkenal di negara China, Korea Selatan dan Amerika Serikat, terutama di kalangan para pemuda atau yang bisa disebut generasi millennial. E-Sports pertama kali muncul dibelahan dunia bagian Barat, terutama negara Amerika Serikat. Namun demikian, popularitas E-Sports menjadi sangat kuat dinegara-negara benua Asia terutama Asia Timur. Olahraga elektronik masih belum dianggap sebagai olahraga Olimpiade bagi *International Olympic Committee* (IOC). *International Olympic Committee* (IOC) adalah organisasi internasional yang memiliki wewenang tertinggi dalam rangkaian Olimpiade. *International Olympic Committee* (IOC) masih menganggap bahwa olahraga elektronik atau E-Sports belum sepenuhnya memenuhi persyaratan kriteria sebuah olahraga Olimpiade. Asosiasi-asosiasi dan perusahaan-perusahaan industri E-Sports berupaya agar E-Sports atau olahraga elektronik memenuhi kriteria sebuah olahraga Olimpiade.

Penulisan skripsi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimana data yang digunakan diambil dari pernyataan-pernyataan resmi organisasi-organisasi internasional. *International Olympic Committee* (IOC) menetapkan hal-hal apa saja yang perlu dipenuhi oleh sebuah olahraga untuk dapat hadir dalam rangkaian Olimpiade. Persyaratan-persyaratan kriteria tersebut dicantumkan dalam situs resmi *International Olympic Committee* (IOC) dan media-media internasional yang membahas terkait dunia olahraga.

Data yang digunakan juga diambil dari laporan-laporan media internasional terkait perkembangan E-Sports diseluruh dunia. Analisa perkembangan E-Sports di seluruh dunia terutama negara-negara benua Asia mempunyai kaitan dengan upaya asosiasi-asosiasi dan perusahaan-perusahaan industri E-Sports dalam

memenuhi kriteria olahraga Olimpiade *International Olympic Committee* (IOC). Salah satu kriteria olahraga Olimpiade adalah adanya tingkat popularitas yang tinggi. Berdasarkan analisa data yang ditemukan dalam skripsi ini, E-Sports atau olahraga elektronik sangat populer dikalangan para pemuda terutama di negara Korea Selatan, China dan Amerika.

International Olympic Committee (IOC) merespon upaya asosiasi-asosiasi dan perusahaan-perusahaan industri E-Sports dalam menjadikan E-Sports sebagai olahraga Olimpiade pada KTT Olimpiade ke-6. Perwakilan utama KTT Olimpiade ke-6 di Lausanne, Switzerland meminta badan-badan *International Olympic Committee* (IOC) dan *Global Associations of International Sport Federation* (GAISF) untuk melakukan investigasi mendalam terhadap perusahaan-perusahaan pembuat video *game* dan atlet-atlet E-Sports. Pembahasan KTT Olimpiade ke-6 terhadap E-Sports menjadi hasil dari upaya-upaya yang dilakukan asosiasi dan MNC industri E-Sports dalam menjadikan E-Sports sebagai olahraga Olimpiade dari tahun 2000 hingga tahun 2017.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Upaya Asosiasi dan MNC Dalam Menjadikan E-Sports Sebagai Olahraga Olimpiade**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

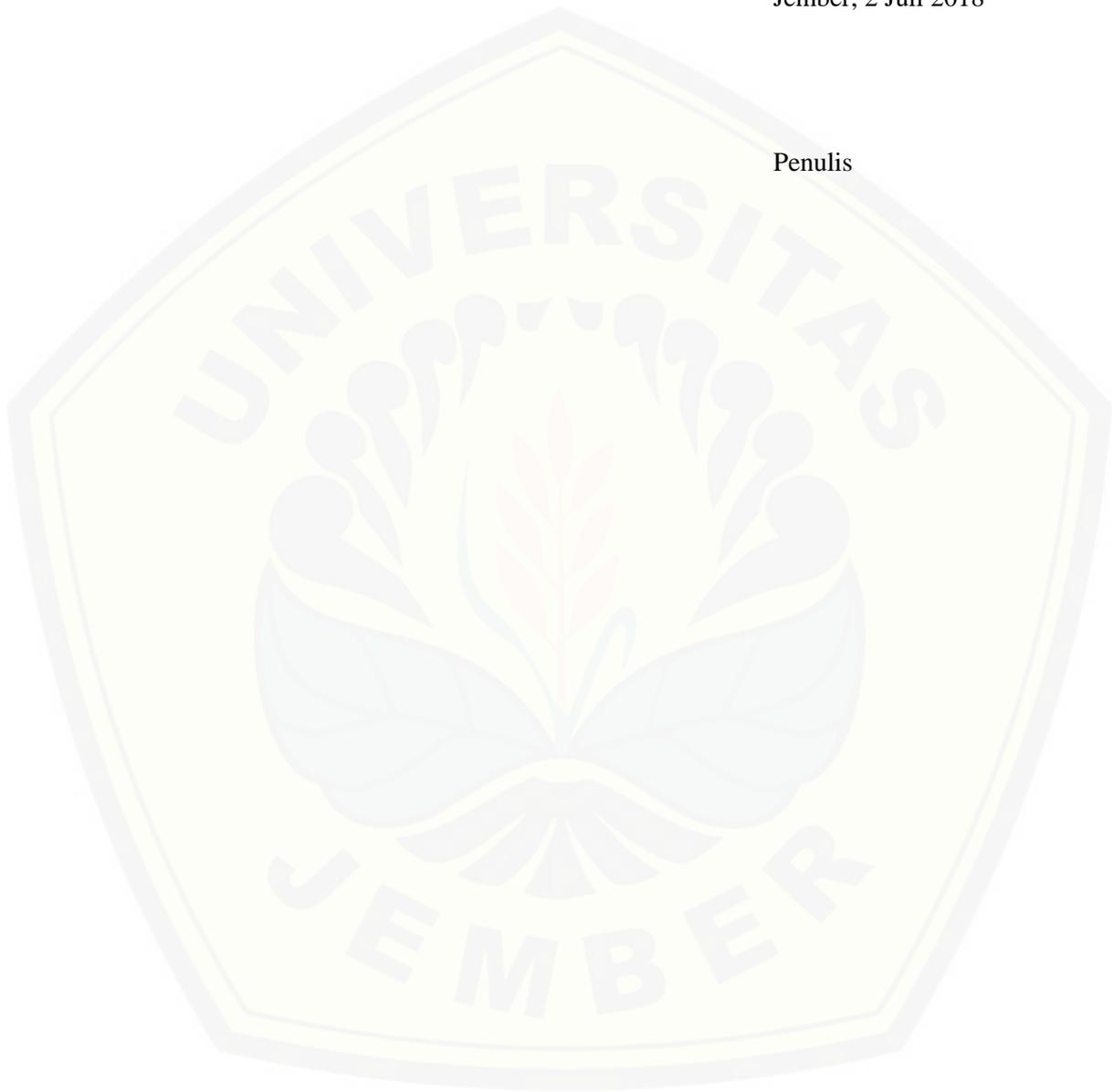
Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dra. Sri Yuniati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama serta Dr. Puji Wahono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
3. Bapak dan Ibu Dosen, staf, serta karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Teman-teman Hubungan Internasional angkatan 2014, terima kasih untuk bantuannya selama saya menjalani masa perkuliahan. Semoga kita semua bisa menjadi aktor yang paling berkontribusi bagi Negara Kesatuan Republik Indonesia;
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 2 Juli 2018

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan.....	5
1.3.1 Batasan Materi	5
1.3.2 Batasan Waktu	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Konseptual.....	7
1.6. Argumen Utama.....	16
1.7. Metodologi Penelitian	16
1.7.1 Teknik Pengumpulan Data.....	16
1.7.2 Teknik Analisis Data	17
1.8. Sistematika Penulisan.....	17

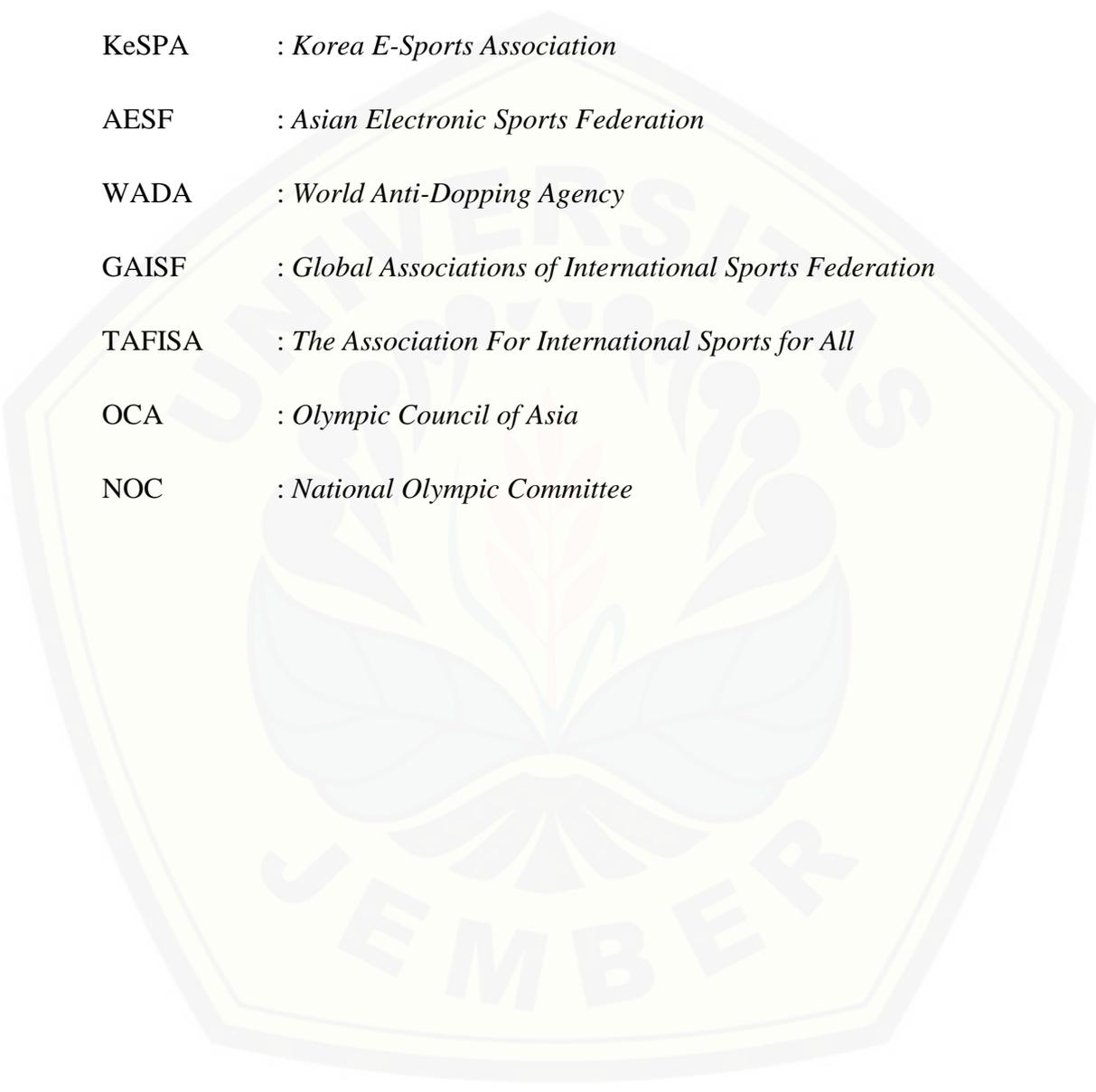
BAB 2. GAMBARAN UMUM E-SPORTS.....	19
2.1. Pengertian Umum E-Sports	19
2.1.1 Video <i>Game</i> E-Sports	23
2.1.2 Bentuk-bentuk Kompetisi E-Sports	25
BAB 3. KEHADIRAN ASOSIASI-ASOSIASI DAN MNC INDUSTRI E-SPORTS	30
3.1. Kehadiran Asosiasi E-Sports	30
3.1.1 <i>Korea E-Sports Association</i> (KeSPA)	31
3.1.2 <i>Asia Electronic Sports Federation</i> (AESF).....	34
3.1.3 <i>International E-Sports Federation</i> (IeSF).....	38
3.2. Kehadiran MNC Industri E-Sports.....	40
3.2.1 Industri E-Sports di Korea Selatan.....	43
3.2.2 Industri E-Sports di China.....	47
3.2.3 Industri E-Sports di Amerika	52
BAB 4. UPAYA ASOSIASI DALAM MEMENUHI KRITERIA OLAHRAGA OLIMPIADE.....	57
4.1. Upaya Asosiasi Internasional <i>International E-Sports Federation</i> (IeSF)	57
4.2. Upaya Asosiasi Regional <i>Asian Electronic Sports Federation</i> (AESF).....	66
4.2.1 Menjalinkan Kerja Sama dengan Perusahaan <i>Alisports</i>	69
4.2.2 Menjalinkan Kerja Sama dengan Perusahaan <i>Intel</i>	72
4.3. Pembahasan E-Sports dalam Konferensi Tingkat Tinggi Olimpiade ke-6 di Lausanne	76
BAB 5. KESIMPULAN	80
Daftar Pustaka.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Anggota Pemain Tim E-Sports Evil Geniuses Cabang Kompetisi Dota	21
Gambar 2.2 Kualifikasi Online Tim Fnatic Untuk The International 6 Kompetisi Internasional Dota	27
Gambar 2.3 Tim Liquid Pemenang The International 7 Kompetisi Internasional Dota	29
Gambar 3.1 Presiden Korea E-Sports Association (KeSPA), Jun Byung-Hun dalam Interview Dengan The Korea Times	34
Gambar 3.2 Presiden Asian Electronic Sports Federation (AESF), Kenneth Fok dalam Konferensi Press Asian Indoor and Martial Arts Games (AIMAG) 2017 Ashgabat	37
Gambar 3.3 Jun Byung-Hun Presiden <i>International E-Sports Federation</i> (IeSF) Membahas Pengumpulan Laporan Pengajuan E-Sports agar Diterima International Olympic Committee (IOC)	39
Gambar 3.4 Produk Cellphone dari Perusahaan Razer yang Memiliki Teknologi Mutakhir Untuk Bermain Video Game	42
Gambar 3.5 Pemetaan Konsumen Video Game Korea Selatan di Tahun 2017	46
Gambar 3.6 Pemetaan Konsumen Video Game China di Tahun 2017	51
Gambar 3.7 Pemetaan Konsumen Video Game Amerika Serikat di Tahun 2017	55
Gambar 4.1 KTT Global E-Sports Executive di Busan	61
Gambar 4.2 Pelaksanaan Kompetisi E-Sports dalam Acara Olahraga Internasional TAFISA 2016	65

Gambar 4.3 Presiden IeSF, Jun Byung-Hun dengan Presiden <i>National Olympic Committee of Indonesia</i>, Rita Subowo	66
Gambar 4.4 Presiden Olympic Council of Asia (OCA), Sheikh Ahmad Al Fahad Al Sabah Bertemu dengan Perwakilan Asian Electronic Sports Federation (AESF)	68
Gambar 4.5 Perusahaan Alisports Menandatangani Kerjasama Strategis dengan Olympic Council of Asia (OCA)	70
Gambar 4.6 Dota 2, Heartstone, StarCraft II, dan The King of Fighters XIV Adalah 4 Video Games yang Dipertandingkan dalam AIMAG 2017 Ashgabat	71
Gambar 4.7 Poster yang Dikeluarkan oleh International Olympic Committee untuk Menunjukkan Kerjasamanya dengan Perusahaan Intel	73
Gambar 4.8 Pemenang Kompetisi E-Sports dalam Rangkaian Olimpiade Winter Games 2018	75
Gambar 4.9 Perwakilan Utama Program Gerakan Olimpiade Pasca KTT Olimpiade ke-6 di Lausanne, Switzerland	78

DAFTAR SINGKATAN



IOC	: <i>International Olympic Committee</i>
IeSF	: <i>International E-Sports Federation</i>
KeSPA	: <i>Korea E-Sports Association</i>
AESF	: <i>Asian Electronic Sports Federation</i>
WADA	: <i>World Anti-Dopping Agency</i>
GAISF	: <i>Global Associations of International Sports Federation</i>
TAFISA	: <i>The Association For International Sports for All</i>
OCA	: <i>Olympic Council of Asia</i>
NOC	: <i>National Olympic Committee</i>

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

E-Sports adalah sebuah kompetisi olahraga elektronik yang menggunakan video *game* sebagai cabang-cabang olahraga yang dipertandingkan. Jenis-jenis video *game* yang dapat dipertandingkan dalam E-Sports adalah jenis video *game* yang melibatkan banyak pemain. Video *game* yang dapat melibatkan banyak pemain ini adalah *Real-Time Strategy* (RTS), *Fighting*, *First-Person Shooter* (FPS), dan *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) (E-Sports Earnings, 2018). Pemain-pemain video *game* E-Sports yang terjun ke ranah profesional disebut dengan atlet E-Sports atau banyak orang yang juga menyebutnya dengan atlet *cyber*. E-Sports juga menggunakan alat-alat elektronik seperti komputer, *arcade*, konsol, bahkan *cellphone* sebagai media untuk mempertandingkan para atlet E-Sports dalam sebuah video *game*. Jika kompetisi olahraga tradisional seperti sepak bola menggunakan bola kaki dan gawang sebagai media, maka alat-alat elektronik inilah yang menjadi media di dalam kompetisi olahraga elektronik (Pot, 2016: 2).

E-Sports tidak hanya memiliki aspek olahraga, sebagai sebuah industri E-Sports mampu menggandeng banyak aspek lain seperti, teknologi, hiburan dan hobi. Artinya, industri E-Sports juga telah memberikan ruang bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, hiburan dan hobi untuk melakukan kegiatan bisnis didalamnya. Perusahaan-perusahaan teknologi tersebut adalah seperti *Intel*, *Razer*, dan *Samsung*. Perusahaan-perusahaan hiburan tersebut adalah seperti *Valve* dan *ESL*. Perusahaan-perusahaan hobi tersebut adalah seperti *Perfect World*, *Atari*, *Tencent* dan *Steam*, serta perusahaan-perusahaan lain yang pernah berinvestasi dalam industri E-Sports. Perusahaan-perusahaan seperti *Apple*, *Callway*, *Nike* dan lainnya yang tidak pernah berinvestasi dalam industri E-Sports tidak masuk kedalam kategori industri ini. Namun demikian, meski industri E-Sports mampu menggandeng aspek-aspek lain, kompetisi E-Sports yang merupakan pertandingan video *game* tetap mengedepankan aspek olahraga.

Kompetisi E-Sports pertama kali diselenggarakan pada tanggal 19 Oktober 1972 di *Universitas Stanford* California negara bagian Amerika Serikat (Owen,

2012: 17). Mahasiswa-mahasiswa *Stanford* diundang ke sebuah pertandingan olahraga elektronik yang diberi tema Olimpiade Perang Angkasa Antar Galaksi. Pertandingan olahraga elektronik ini merupakan sebuah turnamen antar tim yang beranggotakan lima orang pemain (Owen, 2012). Sebanyak 10.000 partisipan warga negara Amerika Serikat menghadiri kompetisi Olimpiade Perang Angkasa Antar Galaksi dan fenomena tersebut membuktikan bahwa kompetisi video *game* sebagai sebuah hal yang berpotensi untuk populer.

Tim Nasional Video *Game* Amerika Serikat resmi didirikan pada tahun 1983 (The New York Times, 2014). Salah satu alasan tim ini diresmikan adalah sebagai respon atas kepopuleran E-Sports yang semakin meluas. Kepopuleran E-Sports memberikan dampak sebuah trend baru, yang membuat para pemain video *game* dan kompetisi-kompetisi E-Sports mulai dimuat dalam situs-situs internet dan majalah-majalah di tahun 1970 dan 1980an. *Life and Time* adalah salah satu majalah yang populer saat itu yang dimana juga sempat membahas perkembangan E-Sports. Para pemain video *game* mulai menunjukkan kemampuannya untuk bersaing dengan satu sama lain, tidak hanya sekedar bermain video *game* demi kesenangan pribadi. Tayangan dan rekaman video yang menampilkan kompetisi-kompetisi E-Sports mulai masuk ke dalam saluran-saluran televisi Amerika Serikat pada tahun 1982 (Borowy, 2012).

Seseorang yang sedang duduk di depan komputer dan bermain video *game* bukan citra seorang atlet bagi kebanyakan orang. Sebaliknya, justru citra seseorang yang tidak fit secara fisik dan tidak memiliki kemampuan atletik biasanya adalah stereotip yang muncul bagi kebanyakan orang. Beberapa kasus bahkan mengatakan bahwa kebanyakan orang akan menyebut pemain video *game* sebagai seorang kutu buku atau juga mengaitkannya dengan budaya *nerd* (Kendall, 2011: 34) Budaya *nerd* adalah sebutan bagi orang-orang yang lebih senang melakukan kegiatan yang tidak menghabiskan tenaga, dengan demikian hampir tidak mungkin untuk menyamakan *nerd* dengan citra seorang atlet. Kemajuan teknologi yang terus berkembang membuat para pemain video *game* yang terjun secara kompetitif mulai menunjukkan sifat atletik yang sama dengan atlet olahraga-olahraga tradisional. Hal ini menjadi penting karena secara tidak

langsung kebanyakan orang akan menilai bahwa atlet E-Sports sudah memiliki derajat yang sama dengan atlet olahraga tradisional.

Konsep video *game* sendiri secara umum juga telah berubah dan alasan orang-orang bermain video *game* mulai terbentuk ulang. Konsep video *game* yang melibatkan pertandingan banyak pemain sekarang mulai lebih umum. Orang-orang mulai bermain video *game* secara kompetitif dan terjun ke ranah profesional untuk dapat hadir di turnamen-turnamen yang dimana sangat mirip dengan kompetisi olahraga tradisional (Whiteford, 2003: 13).

International Olympic Committee (IOC) adalah organisasi internasional yang bertanggung jawab dalam menyelenggarakan rangkaian Olimpiade *games* internasional. Rangkaian Olimpiade *games* internasional sendiri dapat disebut sebagai acara olahraga yang paling tinggi. Terdapat dua rangkaian Olimpiade *games* internasional yaitu *Winter Olympic Games* dan *Summer Olympic Games*. IOC memiliki kantor pusat di kota Lausanne, Swiss (Olympic, 2017). IOC adalah organisasi internasional non-profit independen yang terdiri dari relawan yang mempunyai komitmen untuk mewujudkan perdamaian dan membangun dunia yang lebih baik. IOC mengkampanyekan komitmennya ini melalui rangkaian Olimpiade *games* internasional. Komitmen IOC diabadikan dalam *Olympic Charter* yang dimana secara utama bertujuan untuk menjunjung tinggi keterlibatan para pemuda dan mendukung pengembangan olahraga kompetitif dengan cara yang etis dan ramah lingkungan (Olympic, 2017).

Majelis Umum PBB memberikan status *Permanent Observer* kepada *International Olympic Committee* (IOC) di tahun 2009. Keputusan pemberian status *Permanent Observer* ini memungkinkan IOC untuk terlibat langsung dalam agenda PBB dan menghadiri pertemuan Majelis Umum PBB di manapun agenda tersebut dilaksanakan. Hal ini telah memberikan IOC kemungkinan untuk mempromosikan olahraga ke tahap tingkat yang baru (Olympic, 2017). Status *Permanent Observer* akan membukakan pintu yang lebar bagi IOC dalam melaksanakan rangkaian Olimpiade *games* internasional.

E-Sports hingga tahun 2017 masih belum diakui secara resmi oleh *International Olympic Committee* (IOC) sebagai sebuah olahraga medali dalam rangkaian Olimpiade *games* internasional. Perdebatan panjang bagaimana status E-Sports sebagai olahraga medali bahkan hanya sebatas sebagai olahraga sudah muncul semenjak ketenaran E-Sports terlihat di tahun 2000 di negara Korea Selatan (Grohmann, 2017). Presiden *International Olympic Committee* (IOC) Thomas Bach menuturkan bahwa, “*We do not see an organization or a structure that will give us confidence, or guarantee, that in this area the Olympic rules and values of sport are respected and in place, and that the implementation of these rules are monitored and secured.*” (NBCSports, 2017) yang berarti *International Olympic Committee* (IOC) tidak melihat sebuah organisasi atau sebuah badan struktur yang akan memberikan mereka keyakinan, atau menggaransi, bahwa di dalam area E-Sports aturan-aturan Olimpiade dan nilai-nilai olahraga akan dihormati dan dalam satu tempat, dan implementasi atas aturan-aturan ini telah dimonitori dan diamankan. Badan pengelola atau asosiasi E-Sports masih dalam pengawasan IOC setelah KTT Olimpiade ke-6 di Lausanne (Olympic, 2017). KTT Olimpiade adalah pertemuan konferensi yang bertujuan untuk membahas masa depan rangkaian Olimpiade *games* dan program Gerakan Olimpiade (Olympic, 2017).

Valve menyelenggarakan kompetisi E-Sports internasional yang bernama *The International 7*. Kompetisi ini sangat populer di kalangan para pemuda, hal ini terbukti melalui banyaknya penikmat pertandingan yang menonton langsung dari berbagai saluran *online*. Total pemirsa yang menonton kompetisi *The International 7* secara langsung mencapai hingga 92.683.005 tayangan dengan keseluruhan 10.935.730 penonton (ESC, 2017). Kompetisi ini memiliki total hadiah yang mencapai \$23 juta lebih. Bahkan dari segi popularitas, kompetisi *The International 7* telah berhasil mengalahkan total hadiah dari kompetisi golf internasional *The Masters*, yang dimana di tahun 2017 hanya mencapai \$11 juta A.S (Khan, 2017). Olahraga golf adalah salah satu olahraga Olimpiade yang dianggap *International Olympic Committee* (IOC) telah memenuhi kriteria

popularitas, karena dengan melalui pembuktian tersebut ada kemungkinan bagi E-Sports untuk juga diterima sebagai olahraga Olimpiade (Gaudiosi, 2012: 10).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penting untuk dituliskan dalam sebuah karya ilmiah demi memudahkan proses analisa terhadap objek kajian. Rumusan masalah adalah pertanyaan singkat suatu masalah yang akan diteliti (Hasan, 2002: 45). Rumusan masalah juga berfungsi sebagai dasar dalam membuat kerangka konseptual pada sebuah karya ilmiah (Hasan, 2002: 47). Rumusan masalah muncul berdasarkan latar belakang yang telah ditulis oleh penulis. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis menetapkan sebuah rumusan masalah yaitu,

Bagaimana Upaya Asosiasi dan MNC dalam Menjadikan E-Sports sebagai Olahraga Olimpiade?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam sebuah penelitian ilmiah dapat dikatakan sangat penting. Ruang lingkup pembahasan dapat membantu penulis untuk tetap fokus pada pembahasan penelitian. Selain itu ruang lingkup juga dapat membantu penulis untuk mempertegas apa yang ingin disampaikan melalui penelitiannya. Ruang lingkup penelitian juga dapat membantu pembaca dalam memahami hasil penelitian yang ada. Terdapat dua ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini yaitu batasan materi dan batasan waktu.

1.3.1 Batasan Materi

Batasan materi digunakan penulis untuk membatasi bahasan karya ilmiah. Fungsi utama dari batasan materi adalah memberikan fokus yang jelas terhadap penulis dan pembaca karya ilmiah serta memudahkan untuk dimengerti. Pada karya ilmiah ini penulis memberi batasan materi pada bagaimana asosiasi internasional E-Sports *International E-Sports Federation* (IeSF) berusaha mendapatkan pengakuan dari badan bagian *International Olympic Committee* (IOC), *Global Associations of International Sports Federation* (GAISF) di tahun

2016 dan *World Anti-Doping Agency* (WADA) di tahun 2013. Perusahaan-perusahaan industri E-Sports seperti *Intel* dan *Alisports* yang juga bekerja sama dengan *National Olympic Committee of Republic of Korea*, *National Olympic Committee of Hong Kong*, *National Olympic Committee of Indonesia*, dan *Olympic Council of Asia* (OCA) dalam menghadirkan E-Sports pada rangkaian Olimpiade *Asian Indoor and Martial Arts Games* (AIMAG) tahun 2017, *Asian Games* tahun 2018, *Asian Games* tahun 2022 dan *Winter Olympic Games* 2018 sebagai olahraga demonstrasi. Hal-hal ini dilakukan demi memenuhi dan menunjukkan kriteria E-Sports sebagai olahraga Olimpiade kepada *International Olympic Committee* (IOC).

1.3.2 Batasan Waktu

Batasan waktu digunakan penulis untuk memberi batasan periode waktu dari berlangsungnya sebuah fenomena yang diteliti oleh penulis. Batasan waktu yang diambil dalam penelitian ini dimulai pada viralnya E-Sports pada tahun 2000 terutama di negara Korea Selatan. Kemudian batasan waktu akhir yang diambil oleh penulis adalah pada tanggal 31 Oktober 2017 ketika KTT Olimpiade ke-6 di Lausanne diadakan, yang dimana dalam konferensi tersebut Presiden *International Olympic Committee* (IOC) Thomas Bach menyarankan badan-badan IOC dan *Global Association for International Sports Federation* (GAISF) untuk melakukan investigasi lebih dalam terhadap perusahaan-perusahaan video *game* dan atlet-atlet E-Sports.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah kalimat yang menunjukkan hal yang akan diperoleh dari sebuah penelitian (Hasan, 2002: 47). Tujuan penelitian juga akan memberi batasan jelas mengenai apa yang harus dijelaskan dan hasil yang harus diperoleh dari sebuah penelitian. Dalam karya ilmiah ini, tujuan penelitian ditujukan untuk menganalisis upaya asosiasi dan MNC dalam menjadikan E-Sports sebagai olahraga Olimpiade dengan memenuhi kriteria-kriteria yang

dikeluarkan *International Olympic Committee* (IOC). Keduanya memiliki metode dan alasan yang berbeda, namun pada praktiknya tetap dapat dipandang sebagai upaya.

1.5 Kerangka Konseptual

Teori dan konsep adalah alat yang memungkinkan terwujudnya tugas penjelasan intelektual. Tanpa teori maupun konsep, yang akan kita miliki hanyalah fakta-fakta terpilih yang tak terhubung dan acak yang tidak, atau hanya sedikit sekali, memberi tahu kita tentang suatu subjek, penyelidikan (Linklater, 1996: 15). Menurut Waltz, sebuah teori adalah suatu konstruksi intelektual yang dengannya kita memilih beberapa fakta dan menafsirkannya (Waltz, 1990: 20). Tanpa adanya teori, sebuah penelitian tidak memiliki pedoman yang matang dan dengan adanya teori, sebuah karya ilmiah penelitian akan membantu penjelasan peneliti dalam menyampaikan hasil dari penelitian. Teori melihat alasan atau *intention* sesungguhnya dibalik sebuah fenomena

Asosiasi E-Sports merupakan kelompok yang berjuang untuk menaikkan status E-Sports agar di terima sebagai olahraga resmi. Sebuah olahraga resmi yang diakui oleh negara hingga organisasi tertinggi sektor olahraga *International Olympic Committee* (IOC). Perjuangan asosiasi E-Sports untuk mendapatkan pengakuan ini merupakan sebuah bentuk usaha dalam menaikkan kesejahteraan. Karena jika E-Sports dapat diterima oleh negara, maka pemerintah pasti menaungi asosiasi dan atlet-atlet E-Sports melalui Kementerian Olahraga dan Kementerian Pemuda. Bahkan jika hingga *International Olympic Committee* (IOC) mengakui E-Sports, maka asosiasi dan atlet-atlet E-Sports akan mendapatkan keuntungan pada program Gerakan Olimpiade. Keuntungan tersebut berupa pendanaan bantuan dari *International Olympic Committee* (IOC) kepada asosiasi atau lembaga yang menaungi olahraga medal Olimpiade untuk perkembangan olahraga yang lebih baik di seluruh dunia. Asosiasi-asosiasi E-Sports menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan industri E-Sports agar E-Sports semakin populer di seluruh dunia. Upaya yang dilakukan ini secara tidak langsung

juga telah memenuhi kriteria olahraga Olimpiade yang ditetapkan oleh *International Olympic Committee* (IOC).

Secara sederhana, fenomena E-Sports dapat diterima di banyak negara mampu dipandang dari kelompok yang mendukung E-Sports sebagai olahraga resmi. Penelitian ini menekankan pada analisa asosiasi E-Sports sebagai kelompok yang mendukung berikut faktor-faktor yang mendorongnya. Sebelum menganalisa lebih jauh mengenai bagaimana eksistensi E-Sports sebagai olahraga resmi dapat diterima oleh pemerintah di banyak negara, penulis memerlukan sebuah konsep pemikiran yang dapat membantu penulis menganalisa dan memahami fenomena tersebut. Konsep kelompok kepentingan menurut penulis merupakan salah satu konsep yang tepat untuk digunakan menganalisa fenomena upaya asosiasi dan perusahaan industri E-Sports dalam menjadikan E-Sports sebuah olahraga Olimpiade.

1.5.1 Kelompok Kepentingan

Seperti halnya konsep ilmu sosial lainnya, istilah kelompok kepentingan sangat luas dan tidak dapat didefinisikan secara konkrit. Mendefinisikan dan mengklasifikasikan kelompok-kelompok sungguh tidak mudah, karena tidak bakunya watak dari kelompok-kelompok dan keragaman bentuk-bentuk mereka (Heywod, 2014). Hal yang dapat didefinisikan secara pasti, ketika sebuah kelompok membawa sebuah tujuan untuk di *goal*-kan pada sebuah aktor Hubungan Internasional maka kelompok tersebut adalah kelompok kepentingan. Beberapa ahli sosial juga menawarkan berbagai pengertian yang berbeda sesuai dengan pemahamannya. Diantaranya:

- a. Kelompok kepentingan adalah organisasi swasta yang berusaha memengaruhi kebijakan publik dan memengaruhi perilaku pembuat keputusan politik (Sussman, 2013).
- b. Kelompok kepentingan adalah individu-individu yang menggabungkan diri menjadi suatu kelompok yang mengharapkan

agar tuntutan mereka lebih didengar oleh pemerintah (Budiarjo, 2008).

- c. Kelompok kepentingan adalah setiap organisasi yang berusaha mempengaruhi kebijaksanaan pemerintah tanpa, pada waktu yang sama, berkehendak memperoleh jabatan publik (MacAndrews, 1986).
- d. Kelompok kepentingan adalah salah satu mekanisme penting di negara Amerika Serikat dimana masyarakat dapat menyampaikan ide, kebutuhan, dan pandangannya kepada pemerintah terpilih (Hays, 2016).
- e. Kelompok kepentingan adalah entitas non-negara yang berupaya untuk mempengaruhi pemerintah (Meissner, 2015).
- f. Kelompok kepentingan adalah sebuah badan terorganisir individu yang berbagi beberapa tujuan dan yang mencoba untuk mempengaruhi kebijakan publik (Berry, 1989).

Dari berbagai pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kelompok kepentingan adalah sekumpulan orang yang memiliki kepentingan tertentu yang bergabung untuk bersama-sama menyampaikan aspirasinya kepada pemerintah atau pejabat publik. Tujuan dari kelompok kepentingan itu sendiri berbeda-beda sesuai dengan jenis kelompok dan kepentingannya. Sebagian besar adalah untuk mempengaruhi kebijakan publik yang berkenaan dengan kepentingan kelompok ataupun masyarakat luas.

Salah satu klasifikasi yang umum digunakan untuk membedakan antara jenis dasar kelompok kepentingan yaitu berdasarkan paparan Gabriel Almond dan G. Bingham Powell, yaitu: (1) kelompok kepentingan asosiasional; (2) kelompok kepentingan nonasosiasional; (3) kelompok kepentingan institusional; dan (4) kelompok kepentingan anomi (Powell, 1966: 379). Berikut penjelasannya:

a. Kelompok kepentingan asosiasional

Kelompok kepentingan asosiasional adalah kelompok kepentingan yang memiliki struktur formal dengan tujuan-tujuan eksplisit yang konkrit. Kelompok kepentingan asosiasional memiliki nama khas, markas nasional, staf profesional, dan agenda politik terkait dengan karakteristik, tujuan, keyakinan, dan nilai-nilai kelompok itu sendiri (Magstadt, 2008: 56). Kelompok ini meliputi serikat buruh, kamar dagang atau perkumpulan usahawan dan industrialis, paguyuban etnik, persatuan-persatuan yang diorganisir oleh kelompok-kelompok agama, dan sebagainya (MacAndrews, 1986).

b. Kelompok kepentingan nonasosiasional

Kelompok kepentingan nonasosiasional tidak memiliki struktur formal yang resmi namun mencerminkan kepentingan ras, etnis, budaya, atau agama yang mampu berartikulasi kedalam kekuatan politik yang kuat pada situasi tertentu (Magstadt, 2008). Kelompok kepentingan ini memiliki solidaritas yang kuat karena pada umumnya terbentuk atau melekat pada diri individu semenjak lahir. Secara teoritis, kegiatan kelompok nonasosiasional terutama sekali merupakan ciri masyarakat belum-maju, dimana kesetiaan kesukuan atau keluarga-keluarga aristokrat mendominasi kehidupan politik, dan dimana kelompok kepentingan yang terorganisir dan mengkhusus tidak ada atau masih lemah (MacAnderws, 1986).

c. Kelompok kepentingan institusional

Kelompok kepentingan institusional adalah kelompok-kelompok formal yang berada dalam atau bekerja sama secara erat dengan pemerintahan seperti birokrasi dan kelompok militer (Budiarjo, 2008). Kelompok kepentingan institusional akan memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam politik ketika kelompok tersebut memiliki hubungan yang erat dengan birokrat-birokrat yang menjabat dalam pemerintahan.

d. Kelompok kepentingan anomi

Kelompok kepentingan anomi terbentuk diantara unsur-unsur dalam masyarakat secara spontan dan hanya seketika (MacAndrews, 1986). Individu-individu yang terlibat dalam kelompok ini memiliki perasaan frustrasi dan ketidakpuasan yang sama (Budiarjo, 2008). Meskipun hanya spontan dan seketika, kelompok kepentingan anomi dapat menjadi kekuatan kelompok yang *massive* apabila tingkat kepentingan atau permasalahan yang diusung mendesak. Apabila keresahan kelompok kepentingan ini tidak segera diatasi, maka masyarakat dapat memasuki keadaan anomi, yaitu situasi *chaos* dan *lawlessness* yang diakibatkan runtuhnya perangkat nilai dan norma yang sudah menjadi tradisi, tanpa diganti nilai-nilai baru yang dapat diterima secara umum (Budiarjo, 2008).

Tujuan kelompok kepentingan bermacam-macam sesuai dengan jenis dan isu kepentingan yang dibawanya. Namun secara umum, tujuannya adalah untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah sesuai dengan kepentingan kelompok tersebut. Kebijakan merupakan hasil tawar-menawar dan kompromi antar kelompok dimana negara berperan sebagai wasit/juru pisahnya (Gill, 1993). Sebelum kebijaksanaan-kebijaksanaan (kebijakan-kebijakan) dan tujuan-tujuan dapat ditetapkan, individu-individu dan kelompok-kelompok dalam masyarakat harus menentukan apa yang menjadi kepentingan mereka, yaitu apa yang ingin mereka dapatkan dari politik (MacAndrews, 1986). Kepentingan-kepentingan dan tuntutan-tuntutan ini kemudian harus digabungkan menjadi alternatif-alternatif kebijakan (MacAndrews, 1986).

1.5.2 Kriteria Olahraga Olimpiade

International Olympic Committee (IOC) merupakan organisasi internasional penyelenggara rangkaian Olimpiade yang menetapkan persyaratan-persyaratan sebuah olahraga dapat diterima sebagai olahraga Olimpiade (Olympic, 2018). Olahraga Olimpiade adalah olahraga-olahraga yang dipertandingkan dalam *Summer Olympic Games* dan *Winter Olympic Games* sebagai olahraga medali. Olahraga demonstrasi adalah olahraga-olahraga yang memiliki potensi untuk

menjadi olahraga medali dalam rangkaian Olimpiade. Seluruh olahraga demonstrasi berpotensi untuk menjadi olahraga medali dalam rangkaian Olimpiade. Sebuah olahraga harus memenuhi beberapa kriteria agar dapat memegang status sebagai olahraga Olimpiade, namun begitu pula sebaliknya jika sebuah olahraga Olimpiade tidak lagi memenuhi kriteria maka ada potensi untuk olahraga tersebut kehilangan status Olimpiadanya (Olympic, 2018).

International Olympic Committee (IOC) kembali menyuarkan secara luas persyaratan-persyaratan apa saja yang harus dilakukan agar sebuah olahraga dapat hadir dalam rangkaian Olimpiade pada *Olympic Agenda 2020*. *International Olympic Committee* (IOC) menuangkan dalam *Olympic Agenda 2020* mengenai kriteria olahraga Olimpiade sebagai berikut (Olympic, 2018);

- *Global Associations of International Sports Federation* (GAISF) mengakui badan atau asosiasi internasional yang menaungi olahraga Olimpiade.
- *World Anti-Doping Agency* (WADA) mengakui badan atau asosiasi internasional yang menaungi olahraga Olimpiade.
- 97 anggota *International Olympic Committee* (IOC) yang juga merupakan perwakilan utama dari negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) menerima olahraga Olimpiade melalui keputusan suara terbesar.
- Popularitas yang tinggi.
- Model bisnis yang jelas (Olympic, 2018).

Global Associations of International Sports Federation (GAISF) adalah badan bagian *International Olympic Committee* (IOC) yang memiliki wewenang untuk mengakui asosiasi-asosiasi olahraga internasional dalam Olimpiade. Olahraga Olimpiade harus memiliki asosiasi atau badan tingkat internasional yang mampu menjamin atas kebersihan atlet-atletnya, aturan yang diterapkan hingga kehadiran wasit (GAISF, 2018). Asosiasi atau badan olahraga tingkat internasional harus mengumpulkan berkas-berkas mengenai olahraga tersebut atas permintaan *International Olympic Committee* (IOC). Konvensi *Global*

Associations of International Sports Federation (GAISF) menjadi momen dimana asosiasi atau badan olahraga tingkat internasional mempresentasikan berkas-berkas mengenai olahraga Olimpiade (GAISF, 2018).

Pelanggaran besar pada kejuaraan dunia sepeda, *Tour de France* di tahun 1998 mencatat sekitar 44 atlet telah menggunakan obat-obatan terlarang (BBC, 2013). *International Olympic Committee* (IOC) dalam menanggapi pelanggaran yang terjadi pada kejuaraan dunia sepeda di tahun 1998, memutuskan untuk membentuk sebuah badan atau organisasi yang mampu mencegah doping di acara-acara olahraga tingkat internasional termasuk Olimpiade. *World Anti-Doping Agency* (WADA) adalah organisasi internasional yang dibentuk atas inisiatif *International Olympic Committee* (IOC) pada 10 November 1999 di Lausanne, Switzerland (WADA, 2018). Setiap asosiasi atau badan olahraga tingkat internasional harus menjadi bagian dari *World Anti-Doping Agency* (WADA) dengan menandatangani Kode Anti-Doping Dunia (WADA, 2015: 16). Kode Anti-Doping Dunia mewajibkan seluruh atlet yang bertanding dalam rangkaian Olimpiade *games* untuk mengikuti otoritas *In-Competition Testing* dan *Out-of-Competition* baik sebelum maupun sesudah Olimpiade dilaksanakan (WADA, 2015: 38).

International Olympic Committee (IOC) memiliki anggota yang berjumlah sebanyak 97 orang (Olympic, 2018). 97 anggota IOC juga merupakan perwakilan utama dari negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) yang berjumlah sebanyak 206 negara (Olympic, 2018). Anggota-anggota *International Olympic Committee* (IOC) memutuskan melalui pemungutan suara terbesar, apakah sebuah olahraga telah memenuhi kriteria yang diinginkan IOC dan mampu dipertandingkan sebagai olahraga medali dalam rangkaian *Summer Olympic Games* dan *Winter Olympic Games* atau tidak (Olympic, 2018). Negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) memiliki hak untuk menghadirkan olahraga tambahan dalam rangkaian Olimpiade ketika mereka menjadi tuan rumah acara (Badenhausen, 2016). Olahraga-olahraga tambahan disebut olahraga demonstrasi yang dimana memiliki potensi untuk menjadi olahraga medali bagi negara-negara *National Olympic Committee* (NOC). Negara-negara *National Olympic Committee*

(NOC) dapat menghadirkan olahraga demonstrasi ketika mereka menjadi tuan rumah dari rangkaian Olimpiade tingkat internasional seperti *Winter Olympic Games* dan *Summer Olympic Games*, maupun tingkat regional seperti AIMAG dan *Asian Games* (OCA, 2018). Negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) menghadirkan olahraga demonstrasi dalam rangkaian Olimpiade ketika mereka merasa bahwa olahraga tersebut telah memenuhi kriteria olahraga Olimpiade bagi *International Olympic Committee* (IOC).

Olahraga olimpiade adalah sebuah olahraga yang populer di mata internasional. Jumlah penonton yang tertarik untuk melihat pertandingan, sponsor, ketertarikan media dan penggemar dari olahraga yang menjadi syarat terpenuhinya kriteria popularitas (Olympic, 2018). Olahraga Olimpiade adalah olahraga yang populer dan dapat dilakukan oleh gender laki-laki maupun perempuan. Namun demikian, kriteria populer disini juga termasuk kepada bagaimana banyaknya penonton dari sebuah pertandingan atau kompetisi. Jumlah nilai komersial yang mengambil bagian dari sebuah pertandingan atau kompetisi olahraga juga menjadi bahan pertimbangan (Olympic, 2018). Contoh kasusnya, ada alasan mengapa squash tidak diterima sebagai olahraga medali dalam rangkaian *Summer Olympic Games* 2016 di Rio de Janeiro. Penekanan atas minat penonton, kepentingan media, hak siar televisi dan sponsor menjadi alasan utama (Robinson, 2016: 10). Squash memiliki sedikit hal yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kriteria popularitas dibandingkan olahraga-olahraga lain seperti rugby dan golf (Robinson, 2016).

Model bisnis merupakan kriteria yang dimana sebuah olahraga Olimpiade memiliki secara jelas tempat-tempat pelatihan, tempat-tempat pembelajaran, pendapatan keseluruhan, biaya arena hingga acara dan status finansial (Olympic, 2018). Asosiasi atau badan olahraga tingkat internasional yang menaungi harus mengetahui seluruh pergerakan model bisnis dari olahraga Olimpiade. Jumlah stadion-stadion, gaji dan transfer atlet-atlet, status keuangan semua sektor dalam olahraga harus jelas dan diketahui oleh asosiasi internasional yang menaungi.

1.5.3 Institusi dalam *International Olympic Committee* (IOC)

Kata "institusi" dalam literatur ilmiah Hubungan Internasional dianggap sebagai seperangkat aturan yang dimaksudkan untuk mengatur perilaku internasional. Institusi internasional sering dipahami sebagai pernyataan untuk melarang, mewajibkan, atau mengizinkan jenis tindakan tertentu (Ostrom, 1990). Institusi internasional dalam sebuah organisasi internasional bahkan mampu meningkatkan kerjasama aktor-aktor internasional (Martin, 2012: 337).

Negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) memiliki hak dan tanggung jawab terhadap *International Olympic Committee* (IOC) terkait hal-hal yang berhubungan dengan Olimpiade (Olympic, 2018). Negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) memiliki hak dalam mempertandingkan olahraga demonstrasi, yang dianggap memiliki potensi untuk menjadi olahraga medali dalam Olimpiade. Negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) juga memiliki tanggung jawab dalam mengetahui popularitas dan model bisnis semua olahraga yang dipertandingkan pada rangkaian Olimpiade *games* (Badenhausen, 2016). Popularitas dan model bisnis merupakan dua kriteria olahraga Olimpiade yang mampu diangkat oleh negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) sebagai tuan rumah penyelenggara Olimpiade. Namun demikian, keputusan akhir status sebuah olahraga tetap berada dipenghitungan suara terbanyak dari 97 anggota *International Olympic Committee* (IOC) (Olympic, 2018).

Pengangkatan status olahraga bukan hanya satu-satunya pembahasan yang berhubungan dengan Olimpiade. Selalu ada institusi atau norma-norma internasional yang harus dipatuhi negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) dalam *International Olympic Committee* (IOC), seperti bagaimana merealisasikan permohonan untuk menjadi tuan rumah rangkaian Olimpiade *games*, menunjuk negara sahabat agar bisa ikut menjadi negara *National Olympic Committee* (NOC), dan melancarkan pelaksanaan program Gerakan Olimpiade di negara-negara asal *National Olympic Committee* (NOC) (Olympic, 2018).

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan latar belakang dan konsep yang ada, argumen utama yang dapat ditulis adalah asosiasi-asosiasi menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan industri E-Sports berusaha menjadikan E-Sports olahraga resmi dan memenuhi kriteria olahraga Olimpiade yang ditetapkan oleh *International Olympic Committee* (IOC). *International E-Sports Federation* (IeSF) berupaya agar E-Sports diakui oleh *World Anti-Doping Agency* (WADA) dan *Global Associations of International Sports Federation* (GAISF). Asosiasi E-Sports nasional hingga internasional seperti *International E-Sports Federation* (IeSF) menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan industri E-Sports di banyak negara terutama di Asia Timur. Asosiasi *International E-Sports Federation* (IeSF) dan *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) meyakinkan negara-negara tuan rumah penyelenggara Olimpiade *National Olympic Committee* (NOC) seperti Korea Selatan, China dan Indonesia untuk turut menghadirkan olahraga elektronik atau E-Sports ketika rangkaian Olimpiade diselenggarakan. Hal-hal yang dilakukan ini telah menguatkan eksistensi E-Sports di dunia internasional. Anggota-anggota *International Olympic Committee* (IOC) secara tidak langsung juga mulai merespon dan mengakui eksistensi olahraga elektronik atau E-Sports.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah yang ditempuh oleh penulis dalam mengolah data penelitian. Hal ini sangat penting untuk menentukan data yang dibutuhkan dan bagaimana data tersebut akan digunakan dalam analisis masalah.

1.7.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara penulis mendapatkan data yang akan digunakan untuk menganalisa sebuah masalah (Universitas Ciputra, 2017: 32). Berdasarkan cara mendapatkannya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang didapatkan dari analisa hasil penelitian atau pengalaman pihak lain yang terlibat langsung dalam bentuk

sebuah berita, jurnal, hingga buku. Sumber dari data sekunder penulis didapat dari beberapa sumber, yaitu:

1. Buku, jurnal ilmiah, dan artikel
2. Media cetak atau surat kabar
3. Media internet

Penulis mendapatkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian skripsi ini dari:

1. Perpustakaan pusat Universitas Jember
2. Ruang baca Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

1.7.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara yang digunakan penulis untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif merupakan analisis data yang tidak melibatkan angka atau statistik (Rahmat, 2009: 8). Analisis ini digunakan untuk dapat mendeskripsikan dan menjelaskan sebuah fenomena dengan adanya nilai peneliti yang dimasukkan ke penelitian untuk menarik kesimpulan. Fenomena yang diteliti juga bersifat intersubjektif, berbeda dengan metode deskriptif kuantitatif yang bersifat objektif. Hal ini disebabkan karena fokus studi yang diambil penulis adalah ilmu Hubungan Internasional yang merupakan salah satu cabang dari ilmu Sosial dan Politik.

1.8 Sistematika Penulisan

Penulisan karya ilmiah ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini membahas tentang latar belakang dari sebuah masalah yang dibahas dalam karya ilmiah ini. Selanjutnya bab ini menjelaskan beberapa poin penting mengenai penelitian yang dilakukan untuk menulis karya ilmiah ini,

dimulai dari ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, argument utama, hingga metode penelitian.

Bab 2 Gambaran Umum E-Sports

Penulis memulai untuk menjelaskan gambaran umum tentang E-Sports. Hal ini menjadi penting untuk mengetahui bagaimana budaya bermain video *game* bisa populer terutama di kalangan kaum muda. Jenis-jenis video *game* apa saja yang dipertandingkan dalam E-Sports dan apa saja bentuk-bentuk kompetisi E-Sports.

Bab 3 Kehadiran Asosiasi-asosiasi dan MNC Industri E-Sports

Bab ini menjelaskan asosiasi-asosiasi E-Sports yang paling berperan aktif di dalam meyakinkan negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) menghadirkan E-Sports sebagai tuan rumah rangkaian Olimpiade untuk tingkatan cakupan wilayahnya masing-masing seperti *Korea E-Sports Association* (KeSPA), *Asian Electronic Sports Federation* (AESF), dan *International E-Sports Federation* (IeSF). Selain itu bab ini juga menjelaskan perusahaan-perusahaan industri E-Sports yang berada di negara Korea Selatan, China dan Amerika Serikat.

Bab 4 Upaya Asosiasi Dalam Memenuhi Kriteria Olahraga Olimpiade

Dalam bab ini penulis menjelaskan bagaimana perjuangan asosiasi E-Sports internasional *International E-Sports Federation* (IeSF) dalam memenuhi kriteria olahraga Olimpiade *International Olympic Committee* (IOC). Selain itu bab ini juga menjelaskan kontribusi perusahaan-perusahaan seperti *Intel* dan *Alisports* yang mampu menghadirkan E-Sports sebagai olahraga demonstrasi dalam rangkaian Olimpiade AIMAG tahun 2017, *Asian Games* tahun 2018, *Asian Games* tahun 2022 dan *Winter Olympic Games* tahun 2018.

Bab 5 Kesimpulan

Bab ini merupakan penutup dari karya ilmiah yang berisi mengenai kesimpulan bagaimana aktor-aktor industri E-Sports global terutama asosiasi dan MNC berusaha memenuhi kriteria olahraga Olimpiade.

BAB 2. GAMBARAN UMUM E-SPORTS

2.1 Pengertian Umum E-Sports

E-Sports adalah sebuah kompetisi olahraga elektronik yang menggunakan video *game* sebagai cabang-cabang olahraga yang dipertandingkan. Jenis-jenis video *game* yang dapat dipertandingkan dalam E-Sports adalah jenis video *game* yang melibatkan banyak pemain. Jenis-jenis video *game* yang dapat dan populer untuk dipertandingkan adalah *Real Time-Strategy* (RTS), *Fighting*, *First-Person Shooter* (FPS), dan *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) (E-Sports Earnings, 2018). Negara-negara di seluruh dunia terutama di negara maju sendiri sudah mulai mengenal *gamer* yang terjun keranah profesional sebagai atlet yang setara dengan atlet olahraga.

Amerika Serikat merupakan salah satu negara yang mengakui kehadiran pemain video *game* profesional. Pemain video *game* profesional dapat memperoleh visa P-1 yang hanya diberikan kepada mereka yang diakui sebagai atlet bagi Amerika Serikat *Citizenship and Immigration Services* (Forbes, 2017). Danny Shiptur Le merupakan pemain video *game* profesional pertama yang menerima visa P-1 untuk E-Sports di tahun 2013 (Dave, 2013). Namun demikian, awal mula E-Sports mendapat pengakuan kuat dari negara adalah di Korea Selatan.

Negara Korea Selatan bahkan memiliki asosiasi *Korea E-Sports Association* (KeSPA) yang juga merupakan badan yang diakui oleh *National Olympic Committee of Republic of Korea* dan Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea (Li, 2016). *National Olympic Committee of Republic of Korea* adalah badan yang terbentuk setelah *International Olympic Committee* (IOC) memberikan status *National Olympic Committee* (NOC) kepada negara Korea Selatan. Pengakuan atlet E-Sports tumbuh cepat dan sangat kuat di Korea Selatan, bahkan Angkatan Udara Korea Selatan memiliki tim E-Sports yang di khususkan terbentuk ketika atlet-atlet E-Sports harus melakukan kegiatan wajib militer (Dave, 2013). Adanya turut campur tangan pemerintah terhadap E-Sports

menunjukkan bahwa populernya bermain video *game* secara kompetitif merupakan suatu hal yang pantas untuk dipertimbangkan di negara tersebut.

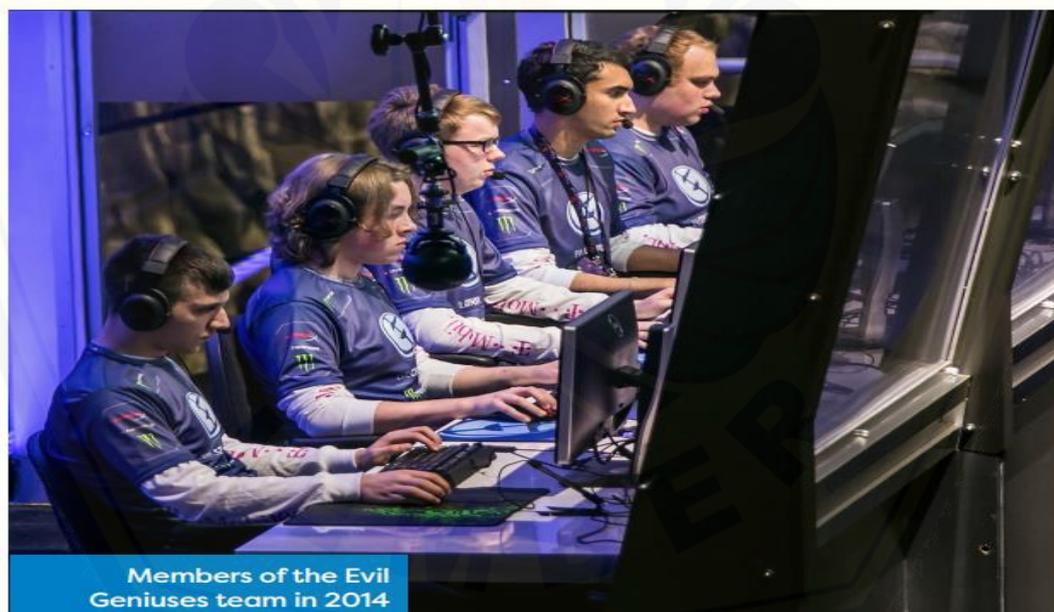
Presiden *International Olympic Committee* (IOC) Thomas Bach menuturkan bahwa IOC mendukung definisi kompetisi olahraga yang berasal dari bagaimana respon dan semangat para pemuda sesuai dalam nilai *Olympic Charter* (Olympic, 2017). Kepopuleran E-Sports di seluruh dunia terutama diantara para pemuda memunculkan perdebatan di dalam *International Olympic Committee* (IOC) atas status E-Sports sebagai olahraga Olimpiade, karena popularitas yang tinggi merupakan salah satu kriteria olahraga Olimpiade (Olympic, 2017). Pembicaraan-pembicaraan status olahraga dan masa depan program Gerakan Olimpiade dibahas dalam KTT Olimpiade, pembicaraan mengenai status E-Sports telah disinggung dalam KTT Olimpiade ke-6 di Lausanne. Presiden IOC Thomas Bach menyarankan untuk adanya tindakan lebih jauh dari IOC terhadap E-Sports dalam KTT Olimpiade ke-6 (Eurolympic, 2017).

Asosiasi-asosiasi E-Sports berperan besar dalam mewadahi komunitas dan atlet serta memenuhi kriteria olahraga Olimpiade yang dikeluarkan oleh *International Olympic Committee* (IOC). Sedangkan perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis dalam industri E-Sports berperan dalam mensponsori acara-acara olahraga internasional hingga pada rangkaian Olimpiade. Keduanya memiliki metode dan alasan masing-masing namun hal-hal tersebut telah berkontribusi dalam menjadikan E-Sports sebagai olahraga Olimpiade. Prediksi pada tahun 2020, industri E-Sports akan menghasilkan lebih dari £1 miliar pendapatan dan mampu meningkatkan jumlah penonton serta penikmatnya menjadi sekitar hampir 600 juta orang (First News, 2017). Hal ini merupakan sesuatu yang wajar karena industri E-Sports merupakan industri yang mampu menggandeng bahkan mengkonvergensi aspek olahraga, teknologi, hobi dan hiburan.

Masyarakat internasional terutama para pemuda, melihat kompetisi E-Sports sebagai hal yang biasa atau umum. Kompetisi E-Sports sudah secara umum dilihat sebagai hal yang sederajat dengan kompetisi olahraga tradisional. Generasi

millennial paham bahwa E-Sports merupakan kompetisi pertandingan video *game* antar pemain profesional atau yang juga bisa disebut atlet E-Sports (Newzoo, 2016). Para pemuda meyakini bahwa E-Sports seperti olahraga tradisional lainnya dimana tidak mudah bagi seseorang untuk menjuarai kompetisi E-Sport karena dibutuhkan banyak latihan dan dedikasi yang tinggi (Newzoo, 2016).

Menurut *Guinness World Records* tim E-Sports yang paling sukses adalah tim *Evil Geniuses* (EG) yang memiliki basis di Amerika Serikat. Tim *Evil Geniuses* (EG) memperoleh kemenangan terbesarnya dalam kompetisi *The International 5 Dota 2* di tahun 2015. Tim yang beranggotakan lima orang ini memenangkan hadiah sebesar \$6.634.661 atau £4.234.759 setelah mengalahkan tim CDEC yang berasal dari China di laga final (*Guinness World Records*, 2015). Gambar 2.1 menunjukkan lima anggota utama tim *Evil Geniuses* (EG) di tahun 2014 ketika tim tersebut sedang berlaga dalam sebuah kompetisi langsung.



Gambar 2.1 Anggota Pemain Tim E-Sports Evil Geniuses Cabang Kompetisi Dota.

Sumber: Firstnews, 2018. The Big Debate: Should E-Sports Be In The Olympics?. Diakses dari https://schools.firstnews.co.uk/wp-content/uploads/sites/3/resources/593_BIGDEBATE.pdf. Pada tanggal 5 Mei 2018.

German Sports University di Cologne melakukan sebuah studi terhadap altet-atlet E-Sports pada tahun 2016. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa

atlet-atlet E-Sports memiliki banyak keterampilan dan harus menghadapi banyak ketegangan secara fisik ketika sedang berlaga (Dailymail, 2017). Profesor Ingo Froböse sebagai pemimpin penelitian menemukan bahwa atlet E-Sports melakukan hingga 400 gerakan pada keyboard dan mouse per menit. Jumlah gerakan tersebut merupakan empat kali lipatnya dari rata-rata yang biasa orang lakukan (Dailymail, 2017). Kedua tangan digerakan pada saat bersamaan dan berbagai bagian otak juga digunakan secara bersamaan ketika olahraga E-Sports ini dipraktikan. Profesor Froböse juga berspekulasi bahwa ini adalah tingkat ketegangan yang belum pernah hadir dalam olahraga tradisional lainnya termasuk tenis meja (Dailymail, 2017). Olahraga seperti tenis meja merupakan olahraga tradisional yang sangat memerlukan koordinasi kecepatan dan keterampilan dari kedua tangan pemain, bahkan tenis meja merupakan olahraga Olimpiade. Hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa atlet-atlet E-Sports menggunakan energi dan usaha yang sama seperti pemain sepakbola, hanya saja mereka tidak didorong secara kebutuhan fisik seperti olahragawan tradisional (Dailymail, 2017). Hal ini akhirnya berpacu pada kesimpulan kebanyakan kamus olahraga yang mendefinisikan bahwa olahraga merupakan aktivitas yang mengandung gerakan fisik atau atletik, biasanya dengan adanya unsur kompetisi antar peserta (First News, 2017).

National Geographic Channel menayangkan sebuah liputan khusus terhadap *World Cyber Games* di tahun 2005 dimana tayangan ini diberi nama Olimpiade-olimpiade Semesta Digital (Toss, 2010). Tayangan Olimpiade-olimpiade Semesta Digital menunjukkan dan menjelaskan bahwa jumlah atlet E-Sports di Korea Selatan kebanyakan masih berusia 15 tahun. Namun demikian, penghasilan yang mereka dapatkan bisa mencapai \$100.000 A.S perbulannya (Toss, 2010). Arena pertandingan E-Sports sudah seperti konser rock internasional yang bertujuan untuk menghibur penonton pertandingan. Perusahaan-perusahaan industri E-Sports hadir sebagai sponsor dan memanfaatkan kompetisi E-Sports sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan (Nowicki, 2005).

Konsumen dan penikmat industri E-Sports mencakup segala usia di seluruh dunia terutama negara-negara maju. Mereka datang dari kalangan pemuda hingga dewasa, namun para pemuda terutama mereka yang bermain video *game* adalah orang-orang yang sudah pasti menjadi pengguna jasa atau barang produksi perusahaan-perusahaan dalam industri ini (Newzoo, 2017). Studi yang dilakukan oleh *Nielsen E-Sports Report* pada tahun 2016 di negara Amerika Serikat berusaha mengkategorikan penggemar E-Sports di negaranya (Statista, 2017). Distribusi gender menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka yang tertarik dengan tontonan video *game* profesional adalah laki-laki, sementara 19 persen adalah perempuan. Secara keseluruhan sekitar 23 persen pemirsa E-Sports berusia antara 25 tahun dan 34 tahun dengan kelompok terbesar berada dalam kelompok usia 18 hingga 24 tahun (Statista, 2017). Hasil tersebut konsisten dengan populasi penikmat video *game* yang secara umum di mana generasi millennial hadir sebagai mayoritas total.

2.1.1 Video Game E-Sports

E-Sports memiliki sejarah yang berbeda dari olahraga tradisional lainnya seperti sepak bola. Sepak bola awalnya muncul karena adanya hasrat orang-orang untuk berkumpul dan melakukan kegiatan menendang bola bersama-sama. Namun demikian, berbeda dengan sepak bola, E-Sports awalnya hadir karena perusahaan-perusahaan video *game* mulai memutuskan untuk membuat video *game* yang hanya dapat mempertandingkan banyak pemain (Inside The Games, 2015).

E-Sports adalah olahraga elektronik yang mempertandingkan atlet-atletnya dalam sebuah video *game* (BBC, 2016). Jenis-jenis video *game* yang dipertandingkan adalah video *game* yang memiliki aspek kompetitif. *Dota 2* merupakan salah satu contoh video *game* yang sekarang ini populer untuk dipertandingkan di dalam E-Sports. *Dota 2* adalah video *game* yang dibuat oleh perusahaan *developer* video *game* yang bernama *Valve*. *Valve* sebagai perusahaan *developer* video *game* juga banyak membuat video *game* – video *game* lain yang

bahkan tidak memiliki aspek kompetitif di dalamnya, contohnya adalah *Half-Life* (Reddy, 2017). Hanya jenis-jenis video *game* yang dapat mempertandingkan banyak pemain yang mampu menjadi video *game* untuk E-Sports, namun tetap saja bukan berarti perusahaan-perusahaan *developer* video *game* terbatas untuk membuat satu jenis video *game* (BBC, 2016).

Video *game* hadir sebagai pesaing dari alat-alat penghibur diri seperti film dan mainan. Orang-orang memiliki alasan yang sama untuk menghabiskan waktunya dengan bermain video *game* demi menghibur bahkan menenangkan diri (BBC, 2016). Jenis-jenis video *game* secara umum terbagi menjadi dua, yaitu;

- Kompetitif video *game* adalah jenis video *game* yang melibatkan banyak pemain di dalamnya. Jenis video *game* ini berfokus pada pertandingan antara pemain. Pemain-pemain tersebut bertanding mewakili sebuah tim, sama seperti olahraga sepak bola pada umumnya (Business Insider, 2016). Contoh-contoh video *game* yang dipertandingkan dalam E-Sports adalah *Dota 2*, *Hearthstone*, *Counter-Strike: Global Offensive* dan *League of Legends* (PC Gamer, 2017).
- Non-kompetitif video *game* adalah jenis video *game* yang tidak melibatkan banyak pemain di dalamnya. Jenis video *game* ini berfokus pada jalan dari sebuah cerita, sama seperti layaknya sebuah film. Pemain tersebut bermain untuk menikmati alur cerita dari dunia fantasi yang disajikan oleh pembuat video *game* (Business Insider, 2016). Contoh-contoh video *game* yang tidak dipertandingkan dalam E-Sports adalah *Half-Life*, *Grand Theft Auto*, *The Witcher*, *God of War*, *Fallout*, dan *Doom* (PC Gamer, 2017).

Kompetisi E-Sports pertama kali diselenggarakan pada tanggal 19 Oktober 1972 di *Universitas Stanford* California. Mahasiswa-mahasiswa Stanford di undang ke sebuah kompetisi olahraga elektronik yang diberi tema Olimpiade

Perang Angkasa Antar Galaksi (Owen, 2012). Olimpiade Perang Angkasa Antar Galaksi merupakan sebuah turnamen antar tim yang beranggotakan lima orang pemain. Tim Nasional Video *Game* Amerika Serikat resmi didirikan pada tahun 1983, yang dimana merupakan salah satu respon pemerintah atas popularitas E-Sports. E-Sports memberikan dampak sebuah trend budaya baru di tahun 1970 dan 1980-an (The New York Times, 2014). Para penikmat video *game* dan kompetisi E-Sports mulai ditampilkan dalam situs-situs internet serta majalah-majalah yang populer di tahun tersebut seperti *Life and Time*. Tayangan dan rekaman-rekaman video yang menampilkan kompetisi-kompetisi E-Sports sendiri mulai masuk ke dalam saluran-saluran televisi Amerika pada tahun 1982 (Borowy, 2012).

E-Sports awalnya begitu terkenal di benua Amerika terutama di negara Amerika Serikat namun seiring berjalannya waktu, benua Asia Timur terutama di negara Korea Selatan akhirnya menjadi titik pusat popularitas karena adanya dukungan yang kuat dari pemerintah (Mashable Asia, 2016). Dukungan pemerintah menjadi faktor kuat bagaimana perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri E-Sports dan asosiasi-asosiasi sebagai wadah atlet maupun komunitas mampu berkembang. Terutama seperti yang dapat dilihat sekarang di negara Korea Selatan dan China. Kompetisi-kompetisi E-Sports sekarang ini juga telah menjadi sebuah perkembangan pada konteks model tontonan. Ketika bagaimana kompetisi E-Sports tidak hanya bisa ditonton dengan cara tradisional melalui saluran televisi tetapi juga meningkat hingga menjadi model tontonan yang dapat di akses secara digital dari alat-alat elektronik yang terhubung ke internet seperti komputer dan *cellphone* (Kane, 2017: 35).

2.1.2 Bentuk-bentuk Kompetisi E-Sports

Bentuk kompetisi E-Sports secara penjelasan dasar terbagi menjadi dua, yaitu kompetisi *online* dan langsung. Kompetisi *online* adalah bentuk kompetisi yang dilakukan secara *online* dengan bantuan koneksi internet, dimana para pemain tidak perlu bertemu tatap muka secara langsung dalam satu tempat.

Kompetisi langsung adalah bentuk kompetisi yang dilakukan secara langsung diatas panggung arena atau venue dilokasi tertentu, para pemain yang saling bertanding akan berlaga diatas panggung arena dengan adanya penonton yang hadir secara langsung dalam satu tempat (ESPN, 2015).

Kompetisi *online* adalah bentuk kompetisi yang dilakukan secara online, para pemain tidak perlu bertatap muka langsung dan bahkan bisa langsung bertanding di tempat latihan mereka masing-masing. Wasit akan mengawasi melalui sistem video *game* dan akan memberhentikan pertandingan jika ada salah satu tim yang berbuat curang atau menggunakan aplikasi ilegal (ESPN, 2015).

Kompetisi *online* biasanya merupakan bentuk kompetisi yang dilakukan dalam turnamen-turnamen kecil. Jumlah kompetisi *online* lebih banyak atau lebih sering diselenggarakan karena kebutuhan yang diperlukan untuk melaksanakan bentuk kompetisi ini bisa dikatakan hanya jaringan internet. Jaringan internet diperlukan untuk mempertemukan para pemain yang bertanding dalam video *game* (ESPN, 2015). Para penonton juga dapat menonton jalannya pertandingan melalui *live stream* di saluran-saluran tayangan online seperti *Youtube* dan *TwitchTV*. Bentuk kompetisi *online* juga menjadi sarana untuk babak penyisihan dari kompetisi langsung (ESPN, 2015). Mengingat kemungkinan besarnya partisipasi dari banyak tim, melakukan kualifikasi secara *online* untuk kompetisi langsung merupakan hal yang paling efisien. Gambar 2.2 menunjukkan salah satu tim E-Sports *Fnatic* cabang *Dota 2* yang sedang bertanding di *booth camp* mereka untuk kompetisi *online* melawan tim *Wings Gaming*. Hasil pertandingan akan menentukan tim mana yang berhak maju ke acara utama, kompetisi langsung *The International 6* (Youtube, 2016).



Gambar 2.2 Kualifikasi *Online* Tim *Fnatic* Untuk *The International 6* Kompetisi Internasional *Dota 2*.

Sumber: Youtube, 2018. Team Fnatic Must Face Team Wings Gaming in Open Qualifier. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=RrxvkoVCIqQ>. Pada tanggal 5 Mei 2018

Kompetisi langsung adalah bentuk kompetisi yang dilakukan secara langsung diatas panggung arena atau *venue* di lokasi pada kota tertentu, para pemain yang saling bertanding akan berlaga diatas panggung dengan adanya penonton yang hadir secara langsung maupun *online* (ESPN, 2015). Dengan melaksanakan kompetisi dalam rangkaian pertandingan pada suatu tempat, tentu saja akan lebih banyak pihak-pihak perusahaan yang berkontribusi dalam mensponsori acara. Pelaksanaan sebuah kompetisi yang berbentuk langsung lebih kompleks jika dibandingkan dengan kompetisi *online* karena pelaksanaannya akan seperti menggabungkan konsep hiburan berbentuk konser dan konsep olahraga yang di mediasi peralatan elektronik seperti komputer (ESPN, 2015). Sistem penjualan dan penetapan harga tiket *venue* biasanya akan diserahkan kepada perusahaan penyelenggara seperti *Valve*, *World Cyber Games* atau yang lain. Para penonton yang datang biasanya disuguhkan dengan rangkaian acara hiburan

seperti pertunjukan tarian, musik, *meet and greet* dengan atlet dan sebagainya (Digital Trends, 2016).

Kompetisi langsung E-Sports merupakan salah satu sarana bagi perusahaan-perusahaan yang mensponsori acara untuk mempromosikan produk-produk mereka ke seluruh penonton. Perusahaan elektronik seperti *Intel* dan *Razer* akan memamerkan betapa mutakhir dan kompatibelnya produk komputer, *mouse*, *keyboard*, dan *headset* mereka ketika atlet-atlet E-Sports menggunakannya saat berlaga. Perusahaan-perusahaan pertelevisian seperti *China E-Sports Games* dan *ESPN* juga mensponsori kompetisi langsung E-Sports untuk mendapatkan hak siar di salurannya (Digital Trends, 2016). Secara tidak langsung perusahaan pertelevisian yang mendapatkan hak siar kompetisi E-Sports, telah mendukung penyebaran E-Sports melalui media televisi. Perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis dan berinvestasi dalam industri E-Sports sangat beraneka ragam hal ini disebabkan E-Sports sendiri sebagai industri telah mengkonvergensi aspek olahraga, teknologi, hobi dan hiburan.

Gambar 2.3 menunjukkan kemenangan dari tim *Liquid* yang berasal dari Eropa untuk cabang jenis video game *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) di kompetisi skala internasional yang bernama *The International 7*. Tim *Liquid* asal Eropa berhasil mengalahkan tim *Newbee* yang berasal dari China. Rangkaian acara utama ini dilaksanakan di *KeyArena* Seattle, salah satu kota di negara bagian Washington, Amerika Serikat (Reddy, 2017). Turnamen ini memiliki total hadiah kompetisi yang mencapai \$23 juta A.S lebih. Secara perspektif industri olahraga, turnamen Dota 2 *The International 7* telah mengalahkan total hadiah dari turnamen golf internasional *The Masters*, yang dimana di tahun 2017 hanya mencapai \$11 juta (Khan, 2017).



Gambar 2.3 Tim *Liquid* Pemenang *The International 7* Kompetisi Internasional *Dota 2*.

Sumber: Facebook, 2018. Team Liquid is Your Champion for The International 7. Diakses dari <https://www.facebook.com/wykrhmreddy/photos/a.255722787803667.65439.142830382426242/1697198620322736/?type=3&theater>. Pada tanggal 5 Mei 2018.

BAB 3. KEHADIRAN ASOSIASI-ASOSIASI DAN MNC INDUSTRI E-SPORTS

3.1 Kehadiran Asosiasi E-Sports

Asosiasi E-Sport adalah sebuah badan pengatur yang bertanggung jawab atas aturan, kompetisi, wasit dan hal-hal lain yang berkaitan dengan olahraga elektronik. *International E-Sports Federation* (IeSF) bertanggung jawab terhadap seluruh kompetisi resmi E-Sports yang ada di dunia. *International E-Sports Federation* (IeSF) mempunyai tujuan untuk menjadikan E-Sports sebagai olahraga Olimpiade (IeSF, 2017). *International E-Sports Federation* (IeSF) memantau kinerja tata kelola asosiasi-asosiasi E-Sports tingkat nasional berdasar tujuan dan memastikan bahwa para petinggi asosiasi bertindak untuk kepentingan terbaik bagi para anggota (IeSF, 2017). Semua asosiasi E-Sport yang aktif di tingkat nasional memiliki prioritas utama untuk mengatur E-Sport di negara mereka sendiri (Campbell, 2016). Maksud dan tujuannya dapat dibagi menjadi dua kategori, eksternal dan internal. Eksternal mengacu pada maksud dan tujuan yang melibatkan organisasi dan aktor-aktor di luar lingkungan E-Sport dan kategori internal diarahkan kepada aktor dan organisasi di sekitar. Secara keseluruhan tujuan utamanya adalah untuk menyatukan negara-negara yang memiliki asosiasi E-Sport (Campbell, 2016).

Kehadiran asosiasi E-Sports internasional *International E-Sports Federation* (IeSF) sangat membantu tidak hanya pada penggabungan maksud dan tujuan dari asosiasi-asosiasi nasional hingga regional, tetapi juga pada kebutuhan eksistensi asosiasi atau badan internasional dalam kriteria olahraga Olimpiade. *International Olympic Committee* (IOC) mengakui sebuah olahraga Olimpiade dalam *Summer Olympic Games* dan *Winter Olympic Games* jika ada asosiasi atau badan tingkat internasional yang menjadi anggota dari *Global Associations of International Sports Federation* (GAISF) dan *World Anti-Doping Agency* (WADA) (Olympic, 2017). Asosiasi internasional tenis meja *International Table Tennis Federation* (ITTF) adalah salah satu contoh anggota dari *Global*

Association of International Sports Federation (GAISF) dan *World Anti-Doping Agency (WADA)* (Olympic, 2017). Kriteria tersebut adalah salah satu persyaratan yang mutlak bagi olahraga Olimpiade.

Selain itu *Korea E-Sport Association (KeSPA)*, *Asian Electronic Sports Federation (AESF)* dan *International E-Sport Federation (IeSF)* merupakan tiga asosiasi yang memberikan dampak besar terhadap perkembangan industri E-Sports terutama pada pengakuannya sebagai olahraga resmi, tidak hanya didalam negara masing-masing asosiasi ini berdiri namun juga pada skala internasional (Teo, 2017). Pengakuan E-Sports di seluruh dunia mampu memenuhi kriteria-kriteria sebuah olahraga Olimpiade, yaitu pada popularitas dan model bisnis. Olahraga Olimpiade adalah olahraga yang memiliki popularitas yang tinggi dan model bisnis yang jelas (Olympic, 2017). Semakin banyak negara-negara di dunia yang mengembangkan dan mengakui E-Sports, maka semakin besar kesempatan E-Sports untuk menjadi olahraga Olimpiade.

3.1.1 *Korea E-Sports Association (KeSPA)*

Korea E-Sports Association (KeSPA) adalah sebuah badan asosiasi nasional di Korea Selatan yang didirikan khusus untuk mengelola E-Sport. KeSPA adalah anggota dari *National Olympic Committee of Republic of Korea* dan Federasi Olahraga Internasional Korea di tahun 2014 (The Korea Times, 2014). KeSPA merupakan badan pengelola untuk 25 cabang E-Sports di Korea Selatan pada bulan Juni 2012. KeSPA didirikan pada tahun 2000 setelah mendapat persetujuan dari Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea (The Korea Times, 2014). Tujuan resmi KeSPA adalah membuat E-Sports menjadi sebuah olahraga resmi dan untuk memperkuat posisi model bisnis E-Sports di semua sektor atau aspek (The Korea Times, 2014). Asosiasi ini juga mengelola penyiaran kompetisi E-Sports, pembentukan rangkaian acara baru, dan kondisi di mana atlet E-Sports bekerja, serta mendorong masyarakat Korea Selatan maupun dunia untuk bermain video *game*. KeSPA juga mengatur

penyiaran melalui saluran televisi E-Sports seperti Ongamenet, MBC Game, GOMtv, dan Pandora TV (Herald, 2007).

Untuk memupuk keunggulan Korea Selatan dalam industri E-Sports, Jun Byung-Hun Presiden *Korea E-Sports Association* (KeSPA) telah memberikan dukungan secara mendalam demi persaingan global di masa depan. KeSPA telah bekerja sama dengan Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea untuk menunjuk kafe internet di seluruh negeri Korea Selatan sebagai klub kafe internet E-Sports resmi. Hal ini untuk menghilangkan pandangan negatif tentang E-Sports dan mengembangkan para atlet E-Sports di negara ini (Pulse, 2015). Klub-klub kafe internet resmi yang telah ditunjuk, mereka akan menerima subsidi pemerintah untuk menyelenggarakan kompetisi olahraga amatir secara lokal. KeSPA telah membantu para atlet yang pensiun dan orang-orang terkait dalam bisnis di industri ini di Korea Selatan. Para pemain yang pensiun dari kompetisi video *game* profesional akan memiliki berbagai pekerjaan yang berkaitan dengan industri E-Sports. KeSPA selalu mencari cara untuk memberikan rencana pekerjaan untuk mereka (Pulse, 2015). KeSPA telah bekerja sama dengan *Univeristy Chung-Ang* sebagai langkah awal di perguruan tinggi untuk penerimaan program E-Sports dalam Departemen Ilmu Olahraga universitas sejak tahun 2014. Universitas atau sekolah-sekolah tinggi lain juga sedang dalam pembicaraan lebih mendalam untuk penerimaan program atlet E-Sports (The Korea Times, 2016).

Eksistensi *Korea E-Sports Association* (KeSPA) sangat kuat di Korea Selatan karena asosiasi ini mendapat dukungan penuh oleh pemerintah negara serta dinaungi sendiri oleh badan-badan olahraga pemerintah seperti Federasi Olahraga Internasional Korea, *National Olympic Committee of Republic of Korea*, dan Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea (The Korea Times, 2016). Hal ini merupakan sesuatu yang wajar karena Korea Selatan sendiri telah sadar akan potensi dari industri E-Sports terutama pada investasi bisnisnya. Meski perusahaan-perusahaan yang hadir mampu memberikan keuntungan ekonomi terhadap negara, namun tetap saja eksistensi asosiasi yang

kuat akan membantu dalam mewadahi serta mengembangkan potensi-potensi komunitas pemain video *game* untuk terjun keranah profesional baik sebagai atlet atau pemain lain di industri E-Sports di Korea Selatan.

Permainan video *game* terus memperkuat status E-Sport sebagai olahraga untuk semua kalangan di era digital sekarang. Hal tersebut juga menjelaskan mengapa E-Sports sangat populer, menurut Presiden KeSPA, Jun Byung-Hun industri ini dapat dengan mudah menyelaraskan diri dengan perkembangan teknologi (Inaglobal, 2014). E-sports memiliki basis penggemar yang kuat di kalangan anak muda dan memiliki potensi pertumbuhan yang besar karena mereka dapat diselaraskan dengan teknologi mulai dari perangkat *cellphone* atau *mobile* hingga teknologi komputer yang terus meningkat. Presiden KeSPA, Jun Byung-Hun berpendapat bahwa industri E-Sport pertama kali muncul dari Korea Selatan, sebagai negara asal Korea Selatan mempunyai kewajiban untuk terus mendesak investor lokal meningkatkan pengaruh E-Sports (Inaglobal, 2014).

Kompetisi E-Sports Korea Selatan telah mengkonsolidasikan basis industri yang lebih sulit hal ini untuk nantinya dapat menangani perubahan yang cepat dalam industri E-Sports global. Untuk melakukan hal tersebut di dalam negara Korea Selatan, perusahaan yang menjalankan tim E-Sport profesional dan investor harus tahu bahwa kompetisi semacam olahraga elektronik telah memiliki efek promosi yang bagus (The Korea Times, 2016). Segala investasi yang ditanamkan oleh perusahaan-perusahaan industri E-Sports bertujuan demi memelihara ekosistem yang baik (The Korea Times, 2016).

Jun Byung-Hun merupakan seseorang yang sadar terhadap potensi E-Sports terutama untuk pembangunan Korea Selatan. Sebagai Presiden *Korea E-Sports Association* (KeSPA) posisi yang ditempati mampu menjangkau tidak hanya pada pemerintah tetapi juga perusahaan-perusahaan yang berinvestasi dalam industri E-Sports. Peran dari asosiasi bahkan lebih seperti aktor yang menegosiasi dalam kebijakan-kebijakan di pemerintah karena eksistensi utama asosiasi E-Sports hadir untuk menjadi wadah komunitas dan E-Sports sebagai

olahraga, bukan sebagai pelaku yang melakukan kegiatan bisnis belaka (Dot E-Sports, 2017). Gambar 3.1 menunjukkan Presiden *Korea E-Sports Association* (KeSPA), Jun Byung-Hun dalam wawancara dengan *The Korea Times*. Pada wawancara ini dirinya banyak menuturkan akan potensi-potensi E-Sports baik sebagai olahraga resmi ataupun industri. Korea Selatan akan menjadi negara yang terdepan ketika tim E-Sportsnya mampu mengukir nama di kancah internasional. Banyak perusahaan-perusahaan yang berdiri dan berinvestasi di negara Korea Selatan karena dukungan pemerintah dan masyarakatnya.



Jun Byung-hun, president of Korea e-Sports Association (KeSPA), poses during an interview with The Korea Times at KeSPA's headquarters in Yongsan, central Seoul, Oct. 21. / Korea Times photo by Choi Won-suk

Gambar 3.1 Presiden *Korea E-Sports Association* (KeSPA), Jun Byung-Hun dalam interview dengan *The Korea Times*.

Sumber: The Korea Times, 2017. Jun Byung-Hun, President of *Korea E-Sports Association* (KeSPA) on South Korea E-Sports Future. Diakses dari http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2016/11/663_217155.html. Pada tanggal 10 Mei 2018.

3.1.2 *Asian Electronic Sports Federation* (AESF)

Asian Electronic Sports Federation (AESF) adalah asosiasi E-Sports tingkat regional untuk wilayah Asia. Pembentukan *Asian Electronic Sports*

Federation (AESF) secara resmi dilakukan pada tahun 2013 ketika Sekretaris Jenderal *International E-Sports Federation* (IeSF), Alex Lim bertemu dengan Presiden *Iran E-Sports Association* (IEA) di Iran (AESF, 2017). *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) bertanggung jawab terhadap pembangunan dan perkembangan E-Sports di 18 negara Asia, termasuk bagaimana kompetisi-kompetisi online maupun langsung diadakan (AESF, 2017).

Kantor pusat *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) sendiri berada di kota Hong Kong, China (AESF, 2017). Presiden *Asian Electronic Sports Federation* (AESF), Kenneth Fok memiliki kedekatan dengan pemilik perusahaan *Alibaba*, terutama pada bagian anak perusahaan yang memfokuskan pemasaran bidang olahraga yaitu *Alisports*. Presiden *Asian Electronic Sports Federation* (AESF), Kenneth Fok juga merangkap jabatan sebagai wakil sekretaris jenderal di *National Olympic Committee of Hong Kong* (Stark, 2016). *Alibaba* perusahaan *e-commerce* berbasis di China yang dimiliki oleh Jack Ma, mengumumkan bahwa *Alisports* telah bermitra dengan *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) untuk sebuah kemitraan strategis eksklusif yang ditujukan demi kepentingan industri E-Sports global terutama di China dan Asia (Stark, 2016).

Kenneth Fok sebagai wakil sekretaris jenderal *National Olympic Committee of Hong Kong* aktif dalam mempromosikan E-Sports sebagai bagian dari Olimpiade *games* regional *Asian Games* tahun 2022 di Hangzhou. *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) disini berperan penting sebagai asosiasi yang mampu meyakinkan organisasi internasional Olimpiade *games* regional, yaitu *Olympic Council of Asia* (OCA) agar E-Sports mampu hadir tidak hanya sebagai olahraga demonstrasi tetapi juga sebagai olahraga medali di *Asian Games* tahun 2022 di Hangzhou, China. Asosiasi E-Sports tingkat regional seperti *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) berusaha mendapatkan kerjasama dengan organisasi Olimpiade regional *Olympic Council of Asia* (OCA), agar E-Sports dapat terus hadir dalam rangkaian Olimpiade.

Permasalahan yang biasanya dihadapi oleh asosiasi E-Sports tingkat regional seperti *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) adalah dimana beberapa negara sejumlah asosiasi E-Sport mampu menyelenggarakan kompetisi di sektor tertentu, sementara negara-negara lain bahkan masih tidak memiliki asosiasi E-Sportsnya sama sekali. Kehadiran sebuah tim nasional sangat dibutuhkan, dan perlu adanya *National Olympic Committees* (NOC) yang mengenali asosiasi E-Sports nasional jika E-Sports ingin memasuki bagian Olimpiade.

Kenneth Fox menyatakan, “*This is one of the fastest growing sports in the world, especially in Asia. These are exciting times because technology is changing so quickly, so it’s important that we work with our partners and expand our scope beyond today.*” (Reuters, 2017) yang berarti E-Sports adalah olahraga yang paling cepat tumbuh di dunia, terutama di kawasan Asia. Waktu di era sekarang merupakan waktu yang tepat karena teknologi berubah dengan cepat, jadi ini merupakan hal yang penting dimana AESF mampu bekerja sama dengan partner-partnernya hingga menembus batas. E-Sports menjadi bagian dalam rangkaian Olimpiade regional yang didukung oleh *Olympic Council of Asia* (OCA) merupakan langkah awal besar bagi E-Sports memasuki Olimpiade internasional (Pulse, 2017). Jika sebuah olahraga sering dihadirkan sebagai olahraga demonstrasi, seperti pada *Asian Games* tahun 2018 dan *Asian Games* 2002 maka 97 anggota *International Olympic Committee* (IOC) akan merasa lebih yakin untuk memberikan olahraga tersebut status olahraga Olimpiade. Keputusan dari suara terbanyak anggota *International Olympic Committee* (IOC) adalah salah satu kriteria dari olahraga Olimpiade (Olympic, 2017).



Newly elected Asian eSports Federation president Kenneth Fok gives a press conference on the sidelines of the 2017 Asian Indoor and Martial Arts Games in Ashgabat (AFP)

Gambar 3.2 Presiden *Asian Electronic Sports Federation* (AESF), Kenneth Fok dalam Konferensi Press *Asian Indoor and Martial Arts Games* (AIMAG) 2017 Ashgabat.

Sumber: Pulse, 2018. *Asian Esports Federation* (AESF) Elects New President with Ties to Hong Kong Olympic Committee. Diakses dari <https://esportsobserver.com/asian-esports-federation-new-president/>. Pada tanggal 10 Mei 2018.

Gambar 3.2 Kenneth Fok menjelaskan komposisi dewan eksekutif *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) adalah jabatan presiden dan wakil presiden untuk masing-masing dari lima wilayah Asia yang dianggap utama (South China Morning Post, 2017). Dapat disimpulkan berdasarkan penempatan jabatan wakil presiden ini Presiden *Asian Electronic Sports Federation* (AESF), Kenneth Fok berusaha untuk menyelaraskan serta membuat sebuah hubungan baik antar wakil-wakil presiden di setiap benua Asia. Status E-Sports di mata negara-negara Asia Timur merupakan olahraga yang diakui secara kuat baik dari popularitas hingga model bisnisnya. Melalui pengintegrasian yang semakin dieratkan oleh *Asian Electronic Sports Federation* (AESF), setiap negara-negara baik di Asia Tenggara, Tengah, Barat, dan Selatan suatu saat akan mencontoh bagaimana pesatnya perkembangan badan E-Sports di Asia Timur yang dimana bahkan telah mendapat

pengakuan kuat dari negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) (Etchells, 2017).

3.1.3 *International E-Sports Federation* (IeSF)

International E-Sports Federation (IeSF) adalah asosiasi E-Sports tingkat internasional yang mempunyai kantor pusat di Seoul, Korea Selatan. IeSF mempunyai misi utama bekerja secara konsisten untuk mempromosikan E-Sport sebagai olahraga sejati yang mampu melebihi batasan bahasa, ras dan budaya di seluruh dunia (IeSF, 2018). Hingga tahun 2017 IeSF telah menghasilkan hasil yang berarti dan nyata dengan menyelenggarakan pertemuan umum dan kompetisi Kejuaraan Dunia IeSF. Kompetisi Kejuaraan Dunia IeSF adalah kompetisi E-Sports tahunan yang diadakan untuk mempromosikan E-Sports secara luas. Diawal pembentukan asosiasi ini memiliki 9 anggota negara dan sekarang telah berkembang menjadi lebih dari 48 anggota negara (IeSF, 2018). *International E-Sports Federation* (IeSF) merupakan bentuk representasi nyata bagaimana populernya E-Sports di masyarakat dan diakuinya secara kuat di Asia Timur terutama negara Korea Selatan. Presiden *Korea E-Sports Association* (KeSPA), Jun Byung-Hun juga merangkap jabatan sebagai presiden di *International E-Sports Federation* (IeSF) (IeSF, 2018). Presiden *International E-Sports Federation* (IeSF), Jun Byung-Hun bersama sekretaris jendralnya Alex Lim begitu aktif melakukan pendekatan dengan badan pemerintah negara-negara dan organisasi-organisasi internasional sektor olahraga, agar E-Sports bisa di terima secara resmi di seluruh dunia.

International E-Sports Federation (IeSF) adalah sebuah asosiasi atau badan tingkat internasional yang memiliki kewajiban memperluas jangkauan negara anggota dan menetapkan standar untuk wasit, pemain, sertifikasi, gelar dan kompetisi termasuk menyelenggarakan kompetisi E-Sports skala internasional. Demi menjadi badan E-Sports internasional yang sesuai dengan namanya, IeSF bekerja dengan badan pemerintah, organisasi olahraga internasional dan

perusahaan *video game* untuk mencapai tujuan yang lebih besar dalam menyatukan seluruh dunia olahraga elektronik di bawah satu wilayah hukum (IeSF, 2018).

Penting bagi *International E-Sports Federation* (IeSF) untuk mendapat pengakuan dari banyak pihak terutama *Global Associations of International Sports Federation* (GAISF), *World Anti-Doping Agency* (WADA) dan negara-negara *National Olympic Committee* (NOC) agar kriteria olahraga Olimpiade *International Olympic Committee* (IOC) dapat terpenuhi. Gambar 3.3 menunjukkan salah satu rapat yang dilaksanakan oleh *International E-Sports Federation* (IeSF) dalam membahas pengumpulan laporan pengajuan E-Sports agar diterima *International Olympic Committee* (IOC). Pembahasan laporan pertama ini dilaksanakan pada konvensi *SportAccord* atau yang sekarang disebut *Global Associations of International Sports Federations* (GAISF). Berpartisipasi dalam konvensi tersebut perlu dilakukan karena olahraga-olahraga yang dipertandingkan dalam rangkaian Olimpiade *games* hampir seluruh asosiasi-asosiasi internasionalnya menghadiri pertemuan ini.



Gambar 3.3 Jung Byung-Hun Presiden *International E-Sports Federation* (IeSF) Membahas Pengumpulan Laporan Pengajuan E-Sports agar Diterima *International Olympic Committee* (IOC).

Sumber: E-Sports Observer, 2018. IeSF President: “Our Biggest Goal is to Make E-Sports an Official Olympic Event”. Diakses dari <https://esportsobserver.com/iesf-president-biggest-goal-make-esports-official-olympic-event/>. Pada tanggal 10 Mei 2018.

International E-Sports Federation (IeSF) berusaha menjadi anggota dari *World Anti-Doping Agency (WADA)* dan *Global Associations of International Sports Federation (GAISF)* merupakan upaya untuk memenuhi kriteria olahraga Olimpiade. *World Anti-Doping Agency (WADA)* adalah organisasi internasional yang terbentuk atas inisiasi *International Olympic Committee (IOC)* (WADA, 2017). *Global Associations of International Sports Federation (GAISF)* adalah badan bagian dari *International Olympic Committee (IOC)* (GAISF, 2017). Keduanya berada pada persyaratan awal bagaimana sebuah olahraga dapat diterima sebagai olahraga Olimpiade. *International Table Tennis Federation (ITTF)* adalah contoh dari anggota *Global Associations of International Sports Federation (GAISF)* dan *World Anti-Doping Agency (WADA)* yang *International Table Tennis Federation (ITTF)* merupakan asosiasi internasional dari olahraga Olimpiade (Olympic, 2017).

International E-Sports Federation (IeSF) juga berusaha meyakinkan negara-negara *National Olympic Committee (NOC)* seperti *National Olympic Committee of Hong Kong*, *National Olympic Committee of Republic of Korea* dan *National Olympic Committee of Indonesia* untuk terus menghadirkan E-Sports sebagai olahraga demonstrasi pada rangkaian Olimpiade regional maupun internasional. Negara-negara *National Olympic Committee (NOC)* sebagai tuan rumah rangkaian Olimpiade memiliki hak untuk mempertandingkan olahraga-olahraga demonstrasi yang mereka anggap berpotensi menjadi olahraga Olimpiade (Olympic, 2017). Hal ini merupakan salah satu persyaratan dalam meyakinkan anggota-anggota *International Olympic Committee (IOC)* untuk mengangkat sebuah olahraga Olimpiade (Olympic, 2017).

3.2 Kehadiran MNC Industri E-Sports

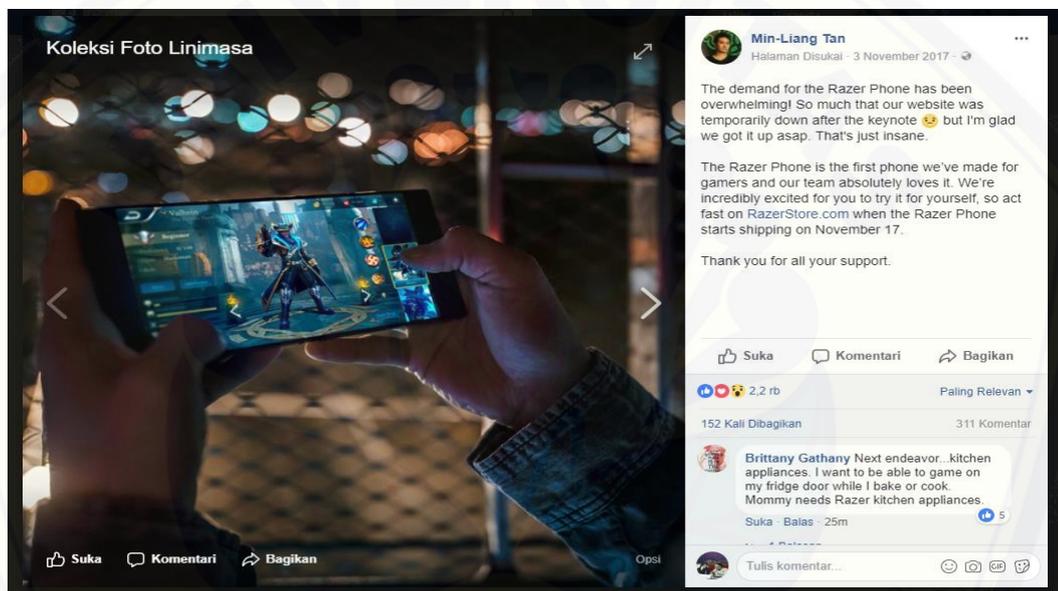
MNC industri E-Sports adalah perusahaan-perusahaan yang pernah melakukan kegiatan bisnis atau berinvestasi dalam kompetisi E-Sports.

Perusahaan-perusahaan industri E-Sports secara tidak langsung telah berkontribusi dalam memenuhi kriteria popularitas dan model bisnis olahraga Olimpiade. E-Sports begitu populer terutama di kalangan pemuda dan berkembang di banyak negara berkat kegiatan bisnis yang dilakukan perusahaan-perusahaan industri E-Sports. Perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis baik yang hanya menjadi sponsor, bahkan hingga yang memfokuskan sepenuhnya produksi barang dan jasanya untuk kebutuhan pemain video *game* seperti perusahaan *Razer*. Perusahaan-perusahaan yang berinvestasi seperti bagaimana *Alisports* bekerjasama sama dengan asosiasi E-Sports *International E-Sports Federation (IeSF)* dalam mengadakan kompetisi E-Sports tahunan yang di beri tema *World Electronic Sports Games (WESG)*.

Perusahaan-perusahaan dalam industri E-Sports mendapat keuntungan baik sebagai penyelenggara acara, hak siar, penjualan barang, penjualan jasa, video *game* E-Sports dan sebagainya. *Valve Group*, *Perfect World*, *DreamHack*, dan *ESL* adalah contoh perusahaan penyelenggara yang mengatur jalannya rangkaian acara dalam kompetisi E-Sports. *Youtube* dan *Twitch* adalah contoh perusahaan saluran tayangan online yang memiliki hak siar untuk tayangan online. *Intel*, *Razer*, dan *Samsung* adalah contoh perusahaan elektronik komputer dan *cellphone* yang mempromosikan barang jualannya dalam kompetisi E-Sports. *Alisports* adalah contoh perusahaan *e-commerce* yang menjual jasanya dalam kompetisi E-Sports. Kemudian *Blizzard* dan *Steam* adalah contoh perusahaan pembuat video *game* yang membuat video *game* untuk cabang pertandingan E-Sports.

Perusahaan elektronik yang produksinya tidak melibatkan pengembangan video *game* seperti *Apple* tidak masuk kedalam kategori MNC industri E-Sports. Demikian juga sama dengan perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang-barang untuk industri olahraga tradisional yang tidak berkaitan dengan E-Sports, seperti perusahaan *Callaway* yang menjual tongkat golf. Gambar 3.4 menunjukkan salah satu barang produksi dari perusahaan *Razer* yaitu *Razer Phone* yang merupakan sebuah *cellphone* yang mempunyai teknologi kuat dalam

mendukung fitur bermain video *game* (Liang, 2017). *Razer* merupakan salah satu perusahaan yang percaya bahwa video *game* adalah sebuah hal yang populer bagi setiap orang, karenanya *Razer* berfokus dalam memproduksi barang dan jasa yang mampu memuaskan setiap pemain video *game* atau *gamer* di seluruh dunia. Meski demikian bukan berarti *cellphone* yang di produksi oleh *Razer* tidak lebih kompatibel dengan *cellphone-cellphone* lain pada umumnya, hanya saja fitur teknologi yang ditawarkan untuk memanjakan para *gamer* sangat di kedepankan.



Gambar 3.4 Produk Cellphone dari Perusahaan *Razer* yang Memiliki Teknologi Mutakhir Untuk Bermain Video *Game*.

Sumber: Facebook, 2018. The Razer Phone, A Brand New Phone for Gamers. Diakses dari <https://www.facebook.com/minliangtan/photos/a.116842955040162.11402.113306788727112/1600590873332022/?type=3&theater>. Pada tanggal 10 Mei 2018.

Kompetisi E-Sports menjadi lebih dikenal dan menjadi trend di masyarakat internasional terutama para pemain video *game*. Semakin banyak perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan kompetisi E-Sports sebagai sarana promosi untuk mendapatkan konsumen. Para aktor bisnis yang bergerak dalam bidang produksi komputer dan video *games* yang turut mensponsori E-Sports adalah salah satu

aktor yang diprediksi untuk berkembang dari \$67 miliar di tahun 2012 hingga \$82 miliar di tahun 2017 (Gaudiosi, 2012). Komponen-komponen penyokong pada kehadiran video *games* dan komputer yang digunakan, secara terus menerus telah meningkatkan keseluruhan industri E-Sports ke tingkat yang lebih tinggi. Bahkan hingga melampaui industri mainan, pakaian, dan barang dagangan lain.

MNC industri E-Sports adalah perusahaan-perusahaan yang pernah melakukan kegiatan bisnis atau berinvestasi dalam kompetisi E-Sports. Perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis baik yang hanya menjadi sponsor, bahkan hingga yang memfokuskan sepenuhnya produksi barang dan jasanya untuk kebutuhan pemain video *game* seperti perusahaan *Razer*. Kompetisi E-Sports adalah salah satu sarana promosi bagi perusahaan-perusahaan yang masuk dalam kategori industri E-Sports untuk memasarkan produk barang dan jasanya. Perusahaan-perusahaan seperti *Apple* dan *Callway* adalah contoh perusahaan yang tidak masuk ke dalam kategori industri E-Sports karena keduanya tidak pernah melakukan kegiatan bisnis didalamnya. Berbeda dengan asosiasi E-Sports, perusahaan industri E-Sports sebenarnya tidak terlalu mempermasalahkan apabila olahraga elektronik dapat diakui sebagai olahraga Olimpiade atau tidak. Tujuan perusahaan-perusahaan hanya ingin mendapatkan keuntungan dari kegiatan bisnisnya. Namun demikian, meski memiliki tujuan yang berbeda, metode yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan seperti mensponsori rangkaian kompetisi E-Sports, secara tidak langsung telah menjadi sebuah upaya untuk olahraga elektronik dapat diterima sebagai olahraga Olimpiade.

3.2.1 Industri E-Sports di Korea Selatan

Korea Selatan merupakan negara yang pertama kali menerima E-Sports secara baik di awal tahun 2000. Pemerintah maupun masyarakat merespon secara baik kehadiran industri E-Sports. Aktor-aktor yang terlibat dalam industri ini baik yang bergerak dalam bisnis ataupun komunitas mendapat ruang yang menjanjikan

di negara ini. Pertumbuhan E-Sports di Korea Selatan diperkirakan merupakan pengaruh dari pembangunan jaringan internet broadband setelah krisis keuangan Asia di tahun 1997. Hal ini juga diperkirakan karena tingkat pengangguran yang tinggi pada saat itu menyebabkan masyarakat Korea Selatan mencari hal-hal yang harus dilakukan saat berada di luar waktu pekerjaan. Bermain video *game* menjadi hal yang paling menarik untuk dilakukan masyarakat Korea Selatan. Alat instrumental atau media utama dalam pertumbuhan E-Sports di Korea Selatan ini adalah prevalensi kafe internet atau pusat *game* internet, yang dikenal sebagai *bang PC* (The New York Times, 2014).

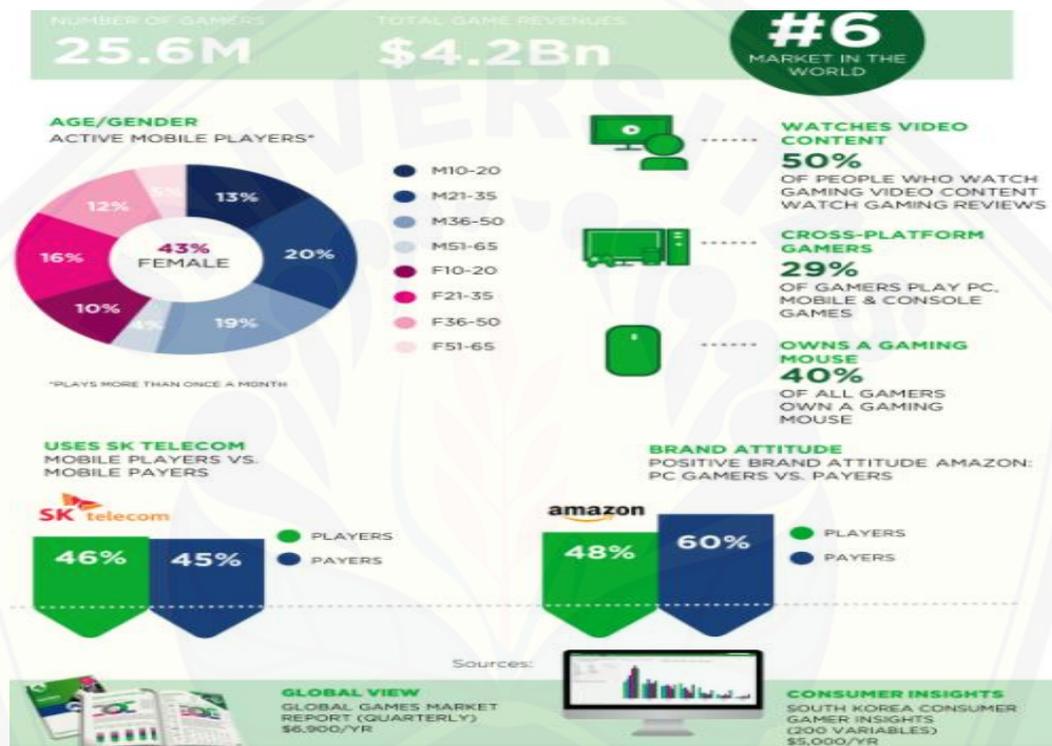
Korea Selatan merupakan negara yang menganggap bermain video *game* sebagai kegiatan sosial yang tinggi. Bahkan banyak pemain video *game* yang ingin terjun keranah profesional. Kompetisi E-Sports untuk jenis video *game Real-Time Strategy* (RTS) juga menjadi hal yang populer di turnamen-turnamen besar Korea Selatan. Kompetisi E-Sports RTS bahkan selalu ditayangkan secara luas oleh stasiun-stasiun televisi (Levy, 2014). Kompetisi *cyber* atau yang umum disebut E-Sports disiarkan di televisi nasional dan hingga pada kompetisi langsung para atlet-atlet E-Sports inilah yang mengisi arena panggung besar. Lebih dari separuh 50 juta orang Korea Selatan bermain video *game* secara online.

Kegiatan bermain video *game* online juga terdukung oleh adanya infrastruktur serat optik yang canggih di Korea Selatan, yang dimana telah membantu mengubah Korea Selatan menjadi salah satu masyarakat paling padat di dunia. Korea Selatan memiliki tingkat berlangganan internet broadband sebesar 25,4 per 100 penduduk yang dimana Amerika Serikat sendiri hanya mencapai 16,8 (Zhou, 2017). Meskipun akses perkapita internet *broadband* tinggi, sebagian besar orang Korea Selatan lebih suka melakukan aktivitas *game* mereka di luar rumah. Tempat sebagian besar orang-orang Korea bermain video *game* adalah ruang *game* lokal yang juga disebut internet kafe atau *bang PC*. Hal tersebut menunjukkan bahwa budaya bermain video *game* sudah sangat kental dengan keseharian masyarakat Korea Selatan, tidak terbatas pada para pemudanya saja.

Perusahaan video *game* merupakan penyokong terbesar dari GDP Korea Selatan. Menurut Kementerian Kebudayaan pada tahun 2008 perusahaan pembuat *game* online telah memperoleh keuntungan sebesar \$1,1 miliar dolar dalam segi ekspor. *Nexon* dan *NCSOFT* adalah dua perusahaan pengembang *game* terbesar Korea Selatan yang memberikan laporan laba bersih gabungan mereka mampu mencapai lebih dari \$370 A.S juta pada tahun 2012 (Zhou, 2017). Seluruh pasar video *game* diperkirakan memiliki pendapatan bersih sekitar \$5 miliar dolar setiap tahunnya. Sebanyak kurang lebih \$100 dari konsumsi per penduduk yang merupakan lebih dari tiga kali lipat dari jumlah orang Amerika habiskan. Jenis-jenis video *game Real-Time Strategy* (RTS) yang terkenal seperti *StarCraft* telah terjual lebih dari 4,5 juta kopi di Korea Selatan. Angka tersebut merupakan dari total 11 juta kopi di seluruh dunia (Rousse, 2013). Penguatan segi ekspor ini tentu saja akan berdampak positif pada pendapatan devisa Korea Selatan. Dukungan pemerintah dengan membangun infrastruktur serat optik yang baik dan warung-warung internet kafe atau *PC bang*, secara tidak langsung juga telah mendukung perusahaan-perusahaan industri E-Sports seperti *Nexon* dan *NCSOFT* untuk jadi populer di masyarakat Korea Selatan.

Persaingan *cyber* atau yang umum disebut kompetisi E-Sports dianggap sebagai olahraga nasional sehingga banyak saluran televisi yang menyiarkan pertandingan-pertandingan langsung maupun rekaman video secara teratur. Korea Selatan bahkan memiliki dua jaringan televisi video *game* penuh waktu, yaitu *Ongamenet* dan *MBC Game*. Menurut *Federal Game Institute* 10 juta warga Korea Selatan secara teratur mengikuti perkembangan E-Sports. Bergantung pada pertandingan, beberapa kompetisi E-Sports bahkan bisa mendapatkan lebih banyak rating daripada pertandingan sepak bola dan bola basket profesional. Terdapat 10 liga *game* profesional di negara ini dan semuanya disponsori oleh perusahaan besar seperti *SK Telecom* dan *Samsung* pada tahun 2017. Imbalan uang untuk memenangkan kompetisi E-Sports bersifat kolosal sehingga tidak jarang jumlahnya besar. Popularitas E-Sports Korea Selatan sendiri yang bahkan telah menjadi penyebab terciptanya *World Cyber Games* (WCG) (Zhou, South

Korea Computer Gaming Culture, 2017). Aspek atau sektor yang mampu terlibat dalam industri E-Sports begitu luas terutama perusahaan yang bergerak di bidang teknologi. Baik perusahaan jaringan seperti *SK Telecom* maupun perusahaan elektronik seperti *Samsung*. Kesempatan untuk berinvestasi atau melakukan kegiatan bisnis dalam industri E-Sports merupakan hal yang terlalu sayang untuk di lewatkan di Korea Selatan.



Gambar 3.5 Pemetaan Konsumen Video *Game* Korea Selatan di Tahun 2017.

Sumber: Newzoo, 2018. South Korea is #6 Worldwide in Terms of Game Revenues with 25.6 Million Gamers Set to Spend \$4.2 Billion in 2017. Diakses dari <https://newzoo.com/insights/infographics/the-south-korean-gamer-2017/>. Pada tanggal 1 Juni 2018.

Gambar 3.5 menunjukkan Korea Selatan berada dalam posisi ke-6 dari seluruh dunia sebagai negara pengkonsumen video *game* E-Sports di tahun 2017. Meskipun negara ini merupakan negara yang menjadi awal popularitas budaya E-Sports muncul, perkembangan zaman dan waktu yang terus berjalan mampu mempengaruhi seberapa signifikan tingkat popularitas budaya di sebuah negara (Newzoo, 2017). Jika diperhatikan pada bagan pemain video *game cellphone*,

43% konsumennya adalah wanita. Dapat disimpulkan dalam bagan tersebut berdasarkan dari gender, pria masih menjadi konsumen mayoritas. Total jumlah pemain video *game* atau *gamers* mencapai hingga 25.6 juta jiwa sedangkan untuk total pendapatan perusahaan-perusahaan video *game* mencapai hingga \$4.2 miliar A.S. Angka-angka ini tentu saja bisa didapatkan karena Korea Selatan merupakan negara pertama tidak hanya di benua Asia Timur saja namun di seluruh dunia yang mengakui industri E-Sports secara kuat.

Korea Selatan merupakan negara pertama yang mengakui E-Sports secara kuat di tahun 2000. Baik pemerintah dan masyarakat Korea Selatan, sangat menyukai permainan video *game* terutama hingga terjun keranah profesional. Perkembangan E-Sports di Korea Selatan juga didukung dari bagaimana pemerintah membangun infrastruktur serat optik yang canggih di negara ini. Bermain video *game* bahkan dianggap sebagai kegiatan sosial yang tinggi di negara ini. Masyarakat Korea Selatan bahkan lebih menyukai bermain video *game* di kafe internet atau yang negara ini sebut *bang PC* dibandingkan bermain didalam rumah. Perusahaan pembuat video *game* seperti *NCSOFT* dan *Nexon* menjadi pendapatan GDP terbesar Korea Selatan, yang dimana mencapai \$1,1 miliar A.S dalam segi ekspor. Beberapa tayangan kompetisi E-Sports bahkan mampu mengalahkan rating tayangan olahraga basket dan bola profesional. Korea Selatan berada dalam posisi ke-6 dari seluruh dunia sebagai negara pengkonsumen video *game* E-Sports di tahun 2017. Total jumlah penikmat video *game* mencapai hingga 25.6 juta jiwa dan total keuntungan perusahaan-perusahaan video *game* mencapai hingga \$4,2 miliar A.S. Data ini tentu saja bisa didapatkan karena Korea Selatan merupakan negara pertama tidak hanya di benua Asia Timur saja namun di seluruh dunia yang mengakui industri E-Sports secara kuat.

3.2.2 Industri E-Sports di China

Sebagai salah satu negara Asia Timur terbesar yang berdekatan dengan Korea Selatan dampak popularitas E-Sports juga menyebar hingga ke China.

Dampak sosial populeritas E-Sports bahkan mencapai pada tingkatan regulasi pemerintah dan mengakibatkan banyaknya tim-tim profesional yang berdiri. *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) yang merupakan asosiasi E-Sports tingkat regional bahkan memiliki kantor pusat di kota HongKong, China. Pemerintah hadir secara seimbang untuk asosiasi E-Sports hingga perusahaan-perusahaan industri E-Sports yang berinvestasi di China. Tim profesional papan atas E-Sports China juga memperoleh keuntungan yang cukup besar dari industri ini. Tim-tim papan atas tersebut mampu memperoleh pendapatan dari berbagai pihak baik seperti uang hadiah hasil memenangkan turnamen, dukungan komersial, dan bayaran yang berasal dari penggemar yang menonton mereka ketika bermain dalam kompetitif ataupun tidak. Jika di totalkan seorang pemain E-Sports profesional mampu merauk keuntungan hingga 30 juta Yuan pertahunnya. Kepopuleran E-Sports di negara ini juga didorong oleh pasar video *game* yang meningkat di dalam negara bahkan mungkin yang terbesar di dunia pada tahun 2017.

Pendapatan penjualan dari pasar video *game* China bahkan terus melonjak di tahun 2017. Penjualan aktual pasar China mencapai 203,61 miliar Yuan atau sekitar 27,5 miliar Dolar A.S di tahun 2017, yang dimana meningkat hingga 23 persen dari tahun 2016 sebelumnya. Data ini cukup membuktikan bahwa negara China berada di posisi teratas di pasar video *game* global, lebih tepatnya 500 juta dolar lebih banyak dari posisi kedua yaitu Amerika Serikat (Liping, 2017). Perusahaan pembuat video *game* seperti *Tencent* dan *NetEase Inc*, serta yang lainnya seperti *Alibaba*, berinvestasi untuk memasarkan video *game* secara leluasa di negara China.

Zhang Dazhong CEO dari *Alisports* anak perusahaan *Alibaba* menyatakan, “*We estimate that in five to ten years...the business model will be more complete. On top of the competitions, we have to bear in mind the electronics business and marketing related to eSports.*” (Dailymail, 2017) yang berarti trend budaya bermain video *game* dipercaya menjadi sebuah daya tarik dan permintaan yang luar biasa untuk jasa maupun barang *Alibaba* dalam lima hingga sepuluh tahun

kedepan. Kehadiran perusahaan-perusahaan industri E-Sports terutama yang bergerak di bidang pemasaran video *game* mampu tumbuh secara signifikan dinegara China, hal tersebut tentu saja berbanding lurus dengan persebaran budaya bermain video *game* di negara ini. Perusahaan *e-commerce* raksasa seperti *Alibaba* paham akan bagaimana E-Sports mampu menggandeng aspek-aspek seperti olahraga, teknologi, hiburan dan hobi, dengan berinvestasi pada industri E-Sports pertumbuhan paralel terutama dalam aspek teknologi, *Alisports* tidak perlu khawatir akan produk dan jasa yang ditawarkan.

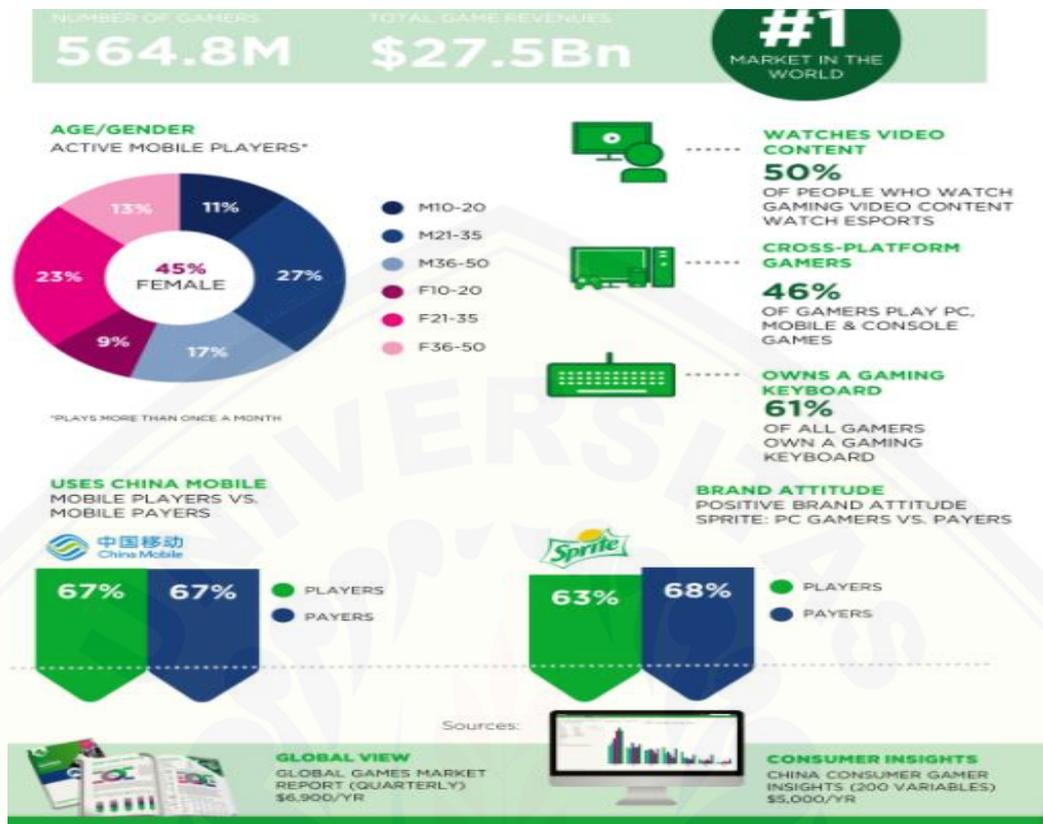
Banyak kota-kota di China mencari keuntungan pendapatan pada pertumbuhan pasar yang cepat dengan tema video *game* dan tempat-tempat yang menyajikan E-Sports. Beberapa universitas di kota-kota China bahkan menyediakan mata kuliah dan lulusan fokus studi *gaming*. *Alisports* salah satu perusahaan yang mensponsori *World Electronic Sports Games* (WESG), berhasil mendapat kerjasama dengan *Olympic Council of Asia* (OCA) dibawah pengawasan *International Olympic Committee* (IOC) untuk memasukkan E-Sports sebagai salah satu cabang olahraga pada Olimpiade regional *Asian Games* tahun 2022 di kota Hangzhou, China pada tahun 2017. Kota-kota di China sangat mendukung akan setiap investasi yang dilakukan terkait dengan industri E-Sports, karena hal itu wajar kota Hangzhou menyetujui untuk juga menjadi tuan rumah rangkaian Olimpiade *games Asian Games* tahun 2022 dalam menghadirkan kompetisi E-Sports yang dibawa perusahaan *Alisports*.

Perjanjian yang disepakati *Alisports* dan *Olympic Council of Asia* (OCA) bahkan menyebutkan untuk menghadirkan E-Sports sebagai olahraga medal dalam rangkaian Olimpiade, hal ini akan menjadi fenomena keberhasilan pasti bagi asosiasi dan perusahaan industri E-Sports membawa E-Sports ketingkat tertinggi olahraga. Tingkat kenaikan popularitas E-Sports China sebelumnya pernah diperlihatkan di Beijing pada bulan November 2017 dalam kompetisi langsung final video game jenis *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) internasional. Kerumunan yang mencapai lebih dari 40.000 orang memadati stadion *Olimpiade Bird's Nest* di pusat kota Beijing. Jumlah kerumunan penonton yang besar,

menjadi bukti bahwa penikmat E-Sports lebih banyak dibandingkan penikmat permainan sepak bola lokal, menggarisbawahi pula betapa populernya video *game* sebagai hobi dan olahraga bagi warga China (Hruby, 2017).

Kota Wuhu, Zhongxian dan Hangzhou adalah contoh tiga kota yang pemerintah daerahnya mendukung pembangunan sektor E-Sports. Pada bulan Mei 2016, kota Wuhu menandatangani kesepakatan dengan perusahaan *game Tencent* untuk membangun sebuah universitas E-Sports dan sebuah stadion untuk acara-acara kompetisi berlangsung (Reuters, 2017). Dapat disimpulkan dari data-data tersebut bahwa ketika perusahaan ingin membangun atau memperluas bisnis mereka, akses perijinan yang diperoleh akan lebih mudah jika perusahaan-perusahaan tersebut mengatas namakan industri E-Sports sebagai fokus investasi bisnis mereka. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh baik dari segi sosial masyarakat terutama pengetahuan akan E-Sports dan ekonomi hasil pembangunan.

Pendapatan dari pasar *mobile* atau *cellphone gaming* sangat tinggi di China, tentu saja ini berhubungan dengan bagaimana kemajuan teknologi yang terus berkembang. Kepemilikan *mobile* atau *cellphone* sudah sangat wajar bagi setiap orang di dunia bahkan rata-rata setiap orang mampu memiliki lebih dari 1 *cellphone*. Melalui memanfaatkan perkembangan teknologi semacam ini keuntungan menjadi lebih mudah diperoleh bagi perusahaan-perusahaan industri E-Sports di China (CGTN, 2017).



Gambar 3.6 Pemetaan Konsumen Video *Game* China di Tahun 2017.

Sumber: Newzoo, 2018. China is The #1 Country Worldwide in Terms of Game Revenues. Diakses dari <https://newzoo.com/insights/infographics/chinese-gamer-2017/>. Pada tanggal 10 Mei 2018.

Gambar 3.6 menunjukkan meskipun negara China masih berada pada satu kawasan benua negara yang menjadi awal popularitas budaya E-Sports muncul yaitu Korea Selatan, perkembangan zaman dan waktu yang terus berjalan mampu mempengaruhi seberapa signifikan tingkat popularitas budaya di sebuah negara (Newzoo, 2017). Pasar video *game* China berhasil menjadi yang ke-1 di tahun 2017. Kecenderungan perkembangan perusahaan *game* China lebih kearah *mobile game* yang dimana kepopuleran budaya bermain video *game* di *mobile* atau *cellphone* telah berhasil mengangkat pendapatan perusahaan seperti *China Mobile*. Tidak dapat dipungkiri karena bahkan setiap orang di dunia cenderung lebih memiliki *cellphone* atau *mobile* dibandingkan komputer atau konsol. Melalui memanfaatkan kesempatan atas gaya hidup ini pendapatan total perusahaan video

game yang diperoleh China telah mencapai \$27.5 miliar A.S di tahun 2017 (Newzoo, 2017).

China merupakan negara di benua Asia Timur yang mengakui E-Sports setelah Korea Selatan. Pemerintah sangat mendukung asosiasi-asosiasi dan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam E-Sports. Bahkan berkat pemerintah asosiasi E-Sports tingkat regional *Asian Electronic Sports Federation* (AESF) bisa berdiri di kota Hongkong, China. Selain itu pendapatan perusahaan-perusahaan dari pasar video *game* China mampu mencapai hingga 203,61 miliar Yuan atau sekitar 27,5 miliar Dolar A.S di tahun 2017 (Newzoo, 2017). Karena pemerintah sangat mendukung E-Sports baik dari segi industri dan olahraga, E-Sports menjadi populer di negara China. Karenanya kompetisi E-Sports yang dipertandingkan dalam rangkaian Olimpiade *games Asian Games* tahun 2022 di kota Hangzhou akan mendapat dukungan tinggi dari pemerintah dan masyarakat China.

3.2.3 Industri E-Sports di Amerika

Popularitas E-Sports juga menjangkau hingga ke Benua Amerika, baik Amerika Utara dan Amerika Selatan. Dalam sejarahnya sendiri bahkan sebenarnya kompetisi E-Sports adalah sesuatu yang awalnya diciptakan oleh orang-orang Barat. Dengan menyediakan tempat-tempat khusus yang dipenuhi mesin *arcade* orang-orang datang dengan tujuan untuk bermain video *game* di hadapan umum. *Arcade* menjadi media yang bentuknya seperti mesin *game box* berukuran besar. E-Sports telah lama menjadi fenomena yang populer di Asia, namun dalam beberapa tahun terakhir orang-orang Amerika telah mulai mengambil tempat kembali atas popularitas E-Sports. Konsep video *game* bagi orang-orang Amerika mulai berubah dari hobi yang menyenangkan menjadi sebuah pertandingan atas arena dengan total hadiah yang besar (Jackson, 2013).

Sebuah studi nasional Amerika Serikat, yang dilakukan oleh *Frank N. Magid Associates*, menunjukkan peningkatan besar dalam minat E-Sports dalam beberapa tahun 2015 terakhir di Amerika Serikat. Studi tersebut menemukan bahwa hampir 70% orang Amerika telah memainkan beberapa jenis video *game*.

Tingkat pertumbuhan tersebut telah mencapai hingga 100% dari tahun 2013 sampai tahun 2015 (Bryant, 2016). Dapat disimpulkan perkembangan persentase pemain video *game* atau *gamer* di Amerika Serikat terus bertambah jumlahnya.

Selama beberapa tahun terakhir hingga tahun 2013 sulit bagi pemain E-Sports profesional asing dari Asia, Eropa dan benua lain untuk memasuki Amerika Serikat agar bisa berlaga di kompetisi E-Sports. Persetujuan visa terkenal rumit dalam prosesnya dan datang ke negara ini untuk bermain video *game* tidak selalu menjadi sebuah alasan yang mudah. Sekarang ini menurut manajer E-Sports *Riot Games* Nick Allen, “*This is groundbreaking for E-Sports. Now we can start looking at international players that come over. It's a much easier process because they're actually recognized by the government. It's a huge thing.*” (Forbes, 2013) yang berarti Amerika akhirnya mengakui pemain E-Sports sebagai atlet profesional dan akan memberi mereka visa P-1 di bawah tanda pengenal tersebut. Dapat disimpulkan ini secara dramatis telah merampingkan proses bagi atlet E-Sports asing untuk memasuki Amerika dalam pertandingan, dan ini adalah hal yang baik bagi setiap aktor dalam industri E-Sports.

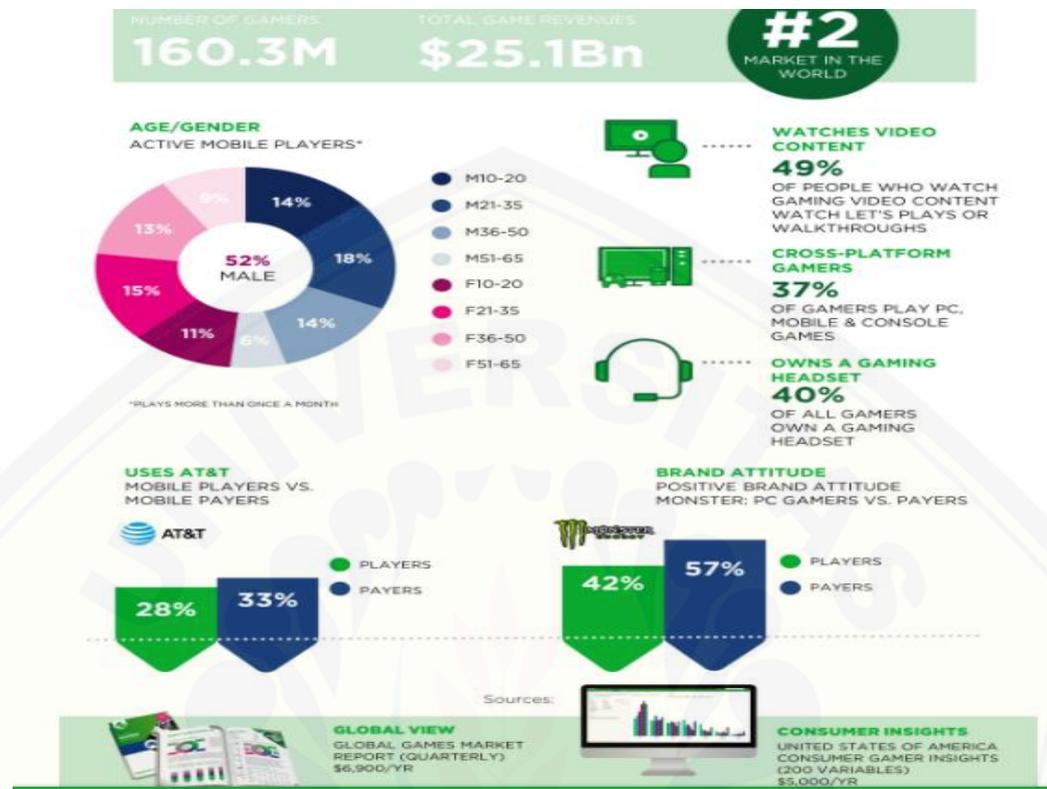
E-Sports adalah hal yang realistis sebagai olahraga hingga pada akhirnya pemerintah menyatakan atlet E-Sports secara sah diperlakukan seperti atlet olahraga tradisional lainnya (Tassi, 2013). Asosiasi-asosiasi E-Sports sering melakukan peran yang penting dalam meyakinkan badan regulasi pemerintah, baik *International E-Sports Federation* (IeSF) atau yang hanya bergerak sebatas dinegara bagian seperti *Texas E-Sports Association* (TESPA).

E-Sports dipandang lebih dari sekadar fenomena yang bisa meledak atau populer sementara di Amerika. Perusahaan dan outlet berita saling bekerja sama menciptakan cara baru untuk berfokus pada komunitas E-Sports yang sedang berkembang. *ESPN* sendiri di tahun 2013 meluncurkan vertikal baru untuk situs web dan majalah yang secara khusus ditujukan dalam meliput acara video *game* yang kompetitif (Procter, 2016). Chad Millman pemimpin redaksi *ESPN.com* dan *ESPN The Magazine* merasa bahwa tidak hanya generasi millennial saja tetapi

orang-orang sudah mulai tertarik dengan E-Sports seperti fenomena olahraga tradisional populer lainnya, baginya akan sangat merugikan jika perusahaan dan outlet berita seperti *ESPN* tidak menganggap serius kelonjakan popularitas E-Sports (Tassi, 2013). Kepopuleran E-Sports bahkan mampu menarik outlet-outlet berita yang umumnya menyajikan hal-hal yang terkait dengan olahraga tradisional. Melalui hal ini di mata masyarakat secara tidak langsung kehadiran industri E-Sports tersampaikan bukan hanya sebagai hiburan ataupun hobi saja, namun E-Sports telah diakui sebagai sebuah olahraga.

Kepopuleran E-Sports sekarang ini bahkan membuat beberapa universitas di Amerika mengadakan mata kuliah E-Sports sebagai program yang dapat di tempuh oleh mahasiswanya. Program E-Sports di universitas dimulai pada tahun 2014 ketika Universitas *Robert Morris* di negara bagian Illinois mengumumkan tim video game *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) yang disponsori oleh beasiswa perguruan tinggi (Robbert Morris University Illinois, 2014). Sejak saat itu kompetisi tersebut telah membengkak hingga mencakup sekitar 50 program berbeda dengan badan asosiasi nasional *National Association of Collegiate Esports* (NACE) sebagai rumah wadah utama bagi sebagian besar komunitas-komunitas E-Sports perguruan tinggi (ESPN, 2018).

NACE adalah organisasi yang mendorong anggotanya berfokus pada pengembangan program E-Sports yang positif di tingkat perguruan tinggi dan mengadvokasi anggota-anggotanya untuk menciptakan program universitas yang mencakup beasiswa bagi pesertanya serta berkomitmen secara kelembagaan yang kuat terhadap olahraga E-Sports ini (Morrison, 2017). Kehadiran *National Association of Collegiate E-Sports* (NACE) menunjukkan bahwa perkembangan E-Sports Amerika telah mencapai cakupan perguruan tinggi. Dengan menawarkan beasiswa perguruan tinggi yang menstimulus mahasiswa-mahasiswa universitas melakukan kegiatan E-Sports atau kompetisi publik *gaming*, tingkat keseriusan pihak universitas atau perguruan tinggi menanggapi bagaimana potensi industri E-Sports kedepan sudah tidak dapat dipungkiri.



Gambar 3.7 Pemetaan Konsumen Video *Game* Amerika Serikat di Tahun 2017.

Sumber: Newzoo, 2018. America's 160 Million Gamers will Spend \$25.1 Billion in 2017, Making It The 2nd Largest Games Market in The World. Diakses dari <https://newzoo.com/insights/infographics/the-american-gamer-2017/>. Pada tanggal 10 Mei 2018.

Gambar 3.7 menunjukkan Amerika Serikat sendiri sebagai salah satu negara di benua Amerika Utara berada dalam posisi ke-2 dari seluruh dunia sebagai negara pengkonsumen video *game* E-Sports di tahun 2017. Meskipun negara ini berada pada kawasan benua yang berbeda dengan negara yang menjadi awal popularitas budaya E-Sports muncul, perkembangan zaman dan waktu yang terus berjalan mampu mempengaruhi seberapa signifikan tingkat popularitas budaya bermain video *game* di sebuah negara (Newzoo, 2017).

Pendapatan pasar industri E-Sports mencapai hingga \$25.1 miliar di tahun 2017 angka ini diperoleh dari perusahaan-perusahaan yang mendapat keuntungan atas industri ini. AT&T sebagai perusahaan teknologi telekomunikasi sendiri telah

BAB 5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa upaya asosiasi-asosiasi dan perusahaan-perusahaan industri E-Sports dalam memenuhi kriteria olahraga Olimpiade yang ditetapkan oleh *International Olympic Committee* (IOC) adalah dengan; *International E-Sports Federation* (IeSF) menandatangani Kode Anti-Doping Dunia di tahun 2013, *International E-Sports Federation* (IeSF) mengikuti konvensi-konvensi dan berusaha menjadi anggota *Global Associations of International Sports Federation* (GAISF), asosiasi-asosiasi dan perusahaan-perusahaan berusaha meyakinkan negara-negara tuan rumah rangkaian Olimpiade untuk juga mempertandingkan kompetisi E-Sports. Negara-negara tuan rumah rangkaian Olimpiade adalah negara-negara yang memiliki status *National Olympic Committee* (NOC), ketika E-Sports dipertandingkan dalam rangkaian Olimpiade oleh banyak negara *National Olympic Committee* (NOC) sebagai olahraga demonstrasi, maka salah satu persyaratan untuk menjadi olahraga Olimpiade telah terpenuhi.

Berdasarkan hasil dari upaya asosiasi dan perusahaan industri E-Sport dalam menjadikan E-Sports sebagai olahraga Olimpiade, *International Olympic Committee* telah memberikan sebuah respon. *International Olympic Committee* (IOC) memasukkan pembahasan mengenai E-Sports dalam KTT Olimpiade ke-6 sebagai respon terhadap upaya asosiasi-asosiasi dan perusahaan-perusahaan industri E-Sports dalam menjadikan E-Sports sebagai olahraga Olimpiade. Presiden *International Olympic Committee* (IOC) Thomas Bach menyarankan badan-badan *International Olympic Committee* (IOC) dan *Global Associations for International Sports Federation* (GAISF) untuk melakukan investigasi lebih lanjut terhadap perusahaan-perusahaan *video game* dan atlet-atlet E-Sports dalam Konferensi Tingkat Tinggi Olimpiade ke-6 di Lausanne.

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

Borowy. 2012. *Publik Gaming : Esports and Event Marketing in the Experience Economy*. Simon Fraser University: Institutional Repository.

Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Edited by M.S Khadafi and Lolita. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Lee. 2003. *Consumer culture reborn: The cultural politics of consumption*. London: Routledge.

Lim. 2014. *International Political Economy: An Introduction to Approaches, Regimes, and Issues*. Washington: The Saylor Foundation.

Mauborgne, Renee dan Chan Kim. 2004. *Blue Ocean Strategy*. Cambridge: Harvard Business Review.

Witheyford, Nick dan Greig de Peuter. 2003. *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing*. Canada: McGill-Queens's University Press.

Jurnal

Rahmat, Pupu Saeful. 2009. "Penelitian Kualitatif." *Journal Equilibrium*. yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf.

Internet

Adage. 2017. *Esports at The Olympics? Not So Fast, Says IOC Chief*. <http://adage.com/article/cmo-strategy/esports-olympics-fast-ioc-chief/310283/> (Diakses pada tanggal 5 Maret 2018).

Articles Latimes. 2013. *Online game League of Legends star gets U.S. visa as pro athlete*. <http://articles.latimes.com/2013/aug/07/business/la-fi-online-gamers-20130808> (Diakses pada tanggal 5 Maret 2018).

Business Insider Singapore. 2017. *The iPhone 8 was the gadget everyone was Googling the most in 2017*. <http://www.businessinsider.sg/most-searched-consumer-tech-products-of-2017-according-to-google-2017-12/?r=US&IR=T> (Diakses pada tanggal 5 Maret 2018).

---. 2017. *Alibaba's Jack Ma announces major digital partnership with International Olympic Committee*. <http://www.businessinsider.sg/jack-ma-Alibaba-olympic-committee-ioc-2017-1/?r=US&IR=T> (Diakses pada tanggal 5 Maret 2018).

---. 2014. *In South Korea, Competitive Video Games are Almost As Popular As Soccer*. <http://www.businessinsider.com/e-sports-are-popular-in-south-korea-2014-10/?IR=T> (Diakses pada tanggal 10 Maret 2018).

CKGSB Knowledge. 2017. *China Stands Ready to Lead Esports Globally*. <http://knowledge.ckgsb.edu.cn/2017/09/18/technology/esports-in-china-lead-globally/> (Diakses pada tanggal 10 Maret 2018).

CGTN. 2017. *China stays top of global games market with over \$ 30 bln revenue*. https://news.cgtn.com/news/30517a4e33637a6333566d54/share_p.html (Diakses pada tanggal 10 Maret 2018).

China Daily. 2017. *Alisports, Olympic Council of Asia form e-sports partnership*. http://www.chinadaily.com.cn/business/2017-04/18/content_28970579.htm (Diakses pada tanggal 10 Maret 2018).

Dot Esports. 2017. *Esports to Join the 2017 International College Cup*. <https://dotesports.com/league-of-legends/news/europe-joins-college-cup-14998> (Diakses pada tanggal 10 Maret 2018).

- Digital TV Europe. 2017. *Esports set to surpass football in popularity*. <http://www.digitaltveurope.com/2017/03/09/esports-set-to-surpass-football-in-popularity-says-mtg/> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).
- Digital Trends. 2016. *How esports are going from laughingstock to phenomenon*. <https://www.digitaltrends.com/gaming/how-esports-are-gaining-popularity-in-america/> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).
- DFC Intelligence. 2012. *Global Video Game Industry will Reach 82 Billion by 2017*. <https://www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2012/07/18/new-reports-forecasts-global-video-game-industry-will-reach-82-billion-by-2017/> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).
- ESPN. 2016. *Esports in the Olympics by 2020? It could happen*. http://www.espn.com/esports/story/_/id/15232682/esports-olympics-2020-happen (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).
- . 2017. *List of varsity esports programs spans North America*. http://www.espn.com/esports/story/_/id/21152905/college-esports-list-varsity-esports-programs-north-america (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).
- . 2016. *South Korea affirms Esports dominance at BlizzCon*. http://www.espn.com/esports/story/_/id/17988868/blizzcon-2016-south-korea-asserts-esports-dominance-blizzcon (Diakses pada tanggal 12 Maret 2018).
- . 2014. *List of varsity esports programs spans North America*. http://www.espn.com/esports/story/_/id/21152905/college-esports-list-varsity-esports-programs-north-america (Diakses pada tanggal 1 April 2018).
- ECNS. 2017. *China stays top of global games market with over \$30 bln revenue*. <http://www.ecns.cn/m/business/2017/12-25/285757.shtml> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).

- EMarketer. 2017. *Esports Revenues in Europe to Reach \$346 Million in 2018*. <https://www.emarketer.com/Article/Esports-Revenues-Europe-Reach-346-Million-2018/1015928> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).
- E27. 2017. *A closer look at the popularity of esports reveals some trends*. <https://e27.co/curious-south-korea-gaming-culture-closer-look-popularity-esports-reveals-trends-20170525/> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).
- First News. 2017. *The Big Debate: Should Esports be in The Olympics?*. https://schools.firstnews.co.uk/wp-content/uploads/sites/3/resources/593_BIGDEBATE.pdf (Diakses pada tanggal 1 April 2018).
- Financial Times. 2017. *Esports: Is the gaming business ready to come of age?*. <https://www.ft.com/content/ef8539b6-be2a-11e7-9836-b25f8adaa111> (Diakses pada tanggal 1 April 2018).
- Find Your Grind. 2017. *Esports in America: Traditional Sports Meets the Virtual Future in New Reality*. <https://findyourgrind.com/articles/2017/esports-in-america-traditional-sports-meets-the-virtual-future-in-new-reality> (Diakses pada tanggal 1 April 2018).
- Forbes. 2013. *The U.S. Now Recognizes Esports Players As Professional Athletes*. <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2013/07/14/the-u-s-now-recognizes-esports-players-as-professional-athletes/#5e341ea83ac9> (Diakses pada tanggal 1 April 2018).
- Fandom. 2016. *The History and Future of Esports in America*. <http://fandom.wikia.com/articles/history-future-esports-america> (Diakses pada tanggal 1 April 2018).
- GAISF. 2018. *GAISF Members*. <https://gaisf.org/members/#> (Diakses pada tanggal 1 April 2018).

- Gamezone. 2015. *Thanks to IeSF eSports could be included in multi-sports events*. <http://www.mweb.co.za/games/view/tabid/4210/Article/22462/Thanks-to-IeSF-eSports-could-be-included-in-multi-sports-events.aspx> (Diakses pada tanggal 10 Februari 2018).
- Gamehubs. 2016. *Kompetisi Gamer Skala Internasional Tafisa Esports 2016*. <http://id.gamehubs.com/article.php?id=ajang-kompetisi-gamer-skala-internasional-tafisa-e-sport-2016-megah-dan-seru> (Diakses pada tanggal 10 Februari 2018).
- Global Sports Jobs. 2016. *Five Trends for 2017 in Esports*. <https://www.globalsportsjobs.com/article/five-trends-for-2017-in-esports/> (Diakses pada tanggal 10 Februari 2018).
- IAAF. 2015. *International E-Sports Federation Partners With Athletics for A Better World*. <https://www.iaaf.org/news/iaaf-news/international-e-sports-athletics-better-world#FR> (Diakses pada tanggal 15 Februari 2018).
- Inside The Games. 2017. *Sheikh Ahmad anticipating strong growth for esports with demonstration at Ashgabat 2017*. <https://www.insidethegames.biz/articles/1055551/sheikh-ahmad-anticipating-strong-growth-for-esports-with-demonstration-at-ashgabat-2017> (Diakses pada tanggal 17 Februari 2018).
- . 2017. *Newly-elected AESF President targets Olympic recognition for esports*. <https://www.insidethegames.biz/articles/1055576/newly-elected-aesf-president-targets-olympic-recognition-for-esports> (Diakses pada tanggal 18 Februari 2018).
- Intel. 2018. *Intel Extreme Masters Pyeongchang Stunning Finale Concludes Historic Esports Event Ahead Olympic Winter Games 2018*. <https://newsroom.intel.com/news/intel-extreme-masters-pyeongchang-stunning-finale-concludes-historic-esports-event-ahead-olympic-winter-games-2018/> (Diakses pada tanggal 17 Februari 2018).

IeSF. 2018. *About*. <https://www.ie-sf.org/iesf/> (Diakses pada tanggal 18 Februari 2018).

IGN. 2013. *The Rise of Esports in America*. <http://www.ign.com/articles/2013/07/25/the-rise-of-esports-in-america> (Diakses pada tanggal 10 Februari 2018).

Inaglobal. 2013. *Online gaming: An integral part of the South-Korean culture*. <https://www.inaglobal.fr/en/video-games/article/online-gaming-integral-part-south-korean-culture> (Diakses pada tanggal 10 Februari 2018).

Kendall. 2011. *“White and Nerdy”: Computers, Race and the Nerd Stereotype*. <https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/1792/whiteandnerdyfinal.rtf.pdf> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

Mail Online. 2017. *Alibaba Betting Long Term Gain E-Sports Investment*. <http://www.dailymail.co.uk/wires/afp/article-5130795/Alibaba-betting-long-term-gain-eSports-investment.html> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

Mashable Asia. 2016. *Alibaba invests \$150 million into esports, including \$5.5 million tournament*. <https://mashable.com/2016/07/27/Alibaba-esports/#z.VPU78EOsqg> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

Medium. 2017. *The True Capital of Esports in North America*. <https://medium.com/esports-talk/the-true-capital-of-esports-in-north-america-2340878be44c> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

Mentomorb. 2005. *World Cyber Games 2005 National Geographic Documentary*. <https://www.mentormob.com/starcraft/esports-fan/starcraft-documentaries/starcraft-world-cyber-games-2005-national-geographic-documentary> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

MindSportSSA. 2015. *IeSF accelerates its effort to make e-Sports recognized by International Sport Society*. <http://esportscommentator.blogspot.co.id/2015/10/iesf-accelerates-its-effort->

to-make-e.html (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

Medical News Today. 2017. *How Video Games Affect The Brain*. <https://www.medicalnewstoday.com/articles/318345.php> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

Newzoo. 2017. *Esports Revenues will Reach \$696 Million This Year and Grow to \$1.5 Billion by 2020 As Brand Investment Doubles*. <https://newzoo.com/insights/articles/esports-revenues-will-reach-696-million-in-2017/> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

---. 2017. *The Chinese Gamer 2017*. <https://newzoo.com/insights/infographics/chinese-gamer-2017/> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

---. 2017. *The American Gamer 2017*. <https://newzoo.com/insights/infographics/the-american-gamer-2017/> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

---. 2017. *The Russian Gamer 2017*. <https://newzoo.com/insights/infographics/the-russian-gamer-2017/> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

---. 2017. *The South-Korean Gamer 2017*. <https://newzoo.com/insights/infographics/the-south-korean-gamer-2017/> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

---. 2017. *E-sports-revenues-will-reach-696-million-in-2017*. <https://newzoo.com/insights/articles/esports-revenues-will-reach-696-million-in-2017/> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).

Nikkei Asian Review. 2017. *Professional video gaming reaches big time in China*. <https://asia.nikkei.com/Business/Trends/Professional-video-gaming-reaches-big-time-in-China> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).

- Niek, Pot. 2016. Sport Ethics and Philosophy. *Embodiment and Fundamental Motor Skills in Esports*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2686182 (Diakses pada: 8 Mei 2018).
- Olympic. 2017. *About IOC*. <https://www.olympic.org/about-ioc-institution> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).
- . 2017. *Intel Brings Esports to Pyeongchang Ahead of The Olympic Winter Games*. <https://www.olympic.org/news/intel-brings-esports-to-pyeongchang-ahead-of-the-olympic-winter-games> (Diakses pada tanggal 3 Mei 2018).
- . 2017. *President Cements Strong Relationship With Alibaba in Hangzhou, China*. <https://www.olympic.org/news/president-cements-strong-relationship-with-alibaba-in-hangzhou-china> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).
- . 2017. *Breakthrough Partnership Will Support The IOC and The Olympic Movement Achieve Olympic Agenda 2020 Vision in A New Digital Era*. <https://www.olympic.org/news/ioc-and-alibaba-group-launch-historic-long-term-partnership-as-alibaba-becomes-worldwide-olympic-partner-through-2028> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).
- . 2017. *Commonique of The Olympic Summit*. <https://www.olympic.org/news/communique-of-the-olympic-summit> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).
- . 2017. *Intel Brings Esports to PyeongChang Ahead of The Olympic Winter Games*. <https://www.olympic.org/news/intel-brings-esports-to-pyeongchang-ahead-of-the-olympic-winter-games> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).
- PR Newswire. 2017. *Alisports Signs Strategic Partnership with OCA to Bring eSports to the Olympics Family*. <https://www.prnewswire.com/news-releases/alisports-signs-strategic-partnership-with-oca-to-bring-esports-to-the-olympics-family-300443522.html> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).

- Pulse. 2017. *New Asian eSports leader seeks Olympic promised land*. <http://www.pulse.ng/sports/more/kenneth-fok-new-asian-esports-leader-seeks-olympic-promised-land-id7348925.html> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2018).
- Polygon. 2016. *The who, what and why of the World Esports Association*. <https://www.polygon.com/2016/5/13/11668182/what-is-wesa> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2018).
- . 2017. *Olympic Committee Lays Out Expectations for Esports Inclusion*. <https://www.polygon.com/2017/10/29/16566528/olympics-ioc-statement-esports> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2018).
- Reuters. 2017. *Olympics: e-sports could be sports activity, says IOC*. <https://www.reuters.com/article/us-olympics-summit/olympics-e-sports-could-be-sports-activity-says-ioc-idUSKBN1CX0IR> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2018).
- RT. 2017. *Armchair athletes: IOC considering eSports for Olympics*. <https://www.rt.com/sport/408239-esports-olympics-ioc-considering/> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2018).
- Russian Search Marketing. 2017. *Russian Esports Tops European Gaming Revenues*. <https://russiansearchmarketing.com/russian-esports/> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2018).
- Research Gate. 2006. *On the Scientific Relevance of eSports*. https://www.researchgate.net/publikation/220968200_On_the_Scientific_Rellevance_of_eSports (Diakses pada tanggal 12 Februari 2018).
- South China Morning Post. 2017. *Violent video games have 'no place at the Olympics', but e-sports are still in the running*. <http://www.scmp.com/news/china/society/article/2108501/violent-video-games-have-no-place-olympics-e-sports-are-still> (Diakses pada tanggal 12 Februari 2018).

---. 2017. *South Korean online game developer seeks to boost global esports business.* <http://www.scmp.com/tech/apps-gaming/article/2103466/south-korean-online-game-developer-seeks-boost-global-esports> (Diakses pada tanggal 12 Februari 2018).

Sports Illustrated. 2017. *What to expect from the booming esports industry in 2017.* <https://www.si.com/tech-media/2017/02/09/esports-industry-expectations-billion-dollar> (Diakses pada tanggal 12 Februari 2018).

---. 2017. *What to Expect from the Booming Esports Industry in 2017.* <https://www.si.com/tech-media/2017/02/09/esports-industry-expectations-billion-dollar> (Diakses pada tanggal 12 April 2018).

TAFISA. 2018. *International Members.* <http://www.tafisa.org/international-members> (Diakses pada tanggal 7 Mei 2018).

The New York Times. 2014. *For South Korea, Esports is National Pastime.* <https://www.nytimes.com/2014/10/20/technology/league-of-legends-south-korea-epicenter-esports.html> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2018).

---. 2006. *VIDEO GAMES; The Land of the Video Geek.* <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9A01E7D71430F93BA35753C1A9609C8B63&pagewanted=all> (Diakses pada tanggal 7 Mei 2018).

ThoughtCo. 2017. *South Korea is Infatuated With Video Games.* <https://www.thoughtco.com/south-korea-computer-gaming-culture-1434484> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).

The Star Online. 2017. *China videogame craze drives booming eSports market.* <https://www.thestar.com.my/tech/games/2017/12/12/china-videogame-craze-drives-booming-esports-market/> (Diakses pada tanggal 8 Mei 2018).

- . 2017. *China videogame craze drives booming eSports market*. <https://www.thestar.com.my/tech/games/2017/12/12/china-videogame-craze-drives-booming-esports-market/> (Diakses pada tanggal 12 Juni 2018).
- The Sport Journal. 2000. *Recognizing Esports as a Sport*. <http://thesportjournal.org/article/recognizing-esports-as-a-sport/> (Diakses pada tanggal 9 Mei 2018).
- The Statistics Portal. 2018. *Game market revenue in South Korea from 2013 to 2018 (in trillion Korean won)*. <https://www.statista.com/statistics/248666/game-sales-in-south-korea/> (Diakses pada tanggal 10 Maret 2018).
- . 2017. *Esports market – Statistics & Facts*. <https://www.statista.com/topics/3121/esports-market/> (Diakses pada tanggal 21 Februari 2018).
- The Guardian. 2017. *The rise of esports: are addiction and corruption the price of its success*. <https://www.theguardian.com/sport/2017/jun/16/top-addiction-young-people-gaming-esports> (Diakses pada tanggal 24 Mei 2018).
- The Korea Times. 2016. *Esports Head Aiming to Secure Olympic Status*. http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2016/11/663_217155.html (Diakses pada tanggal 18 Mei 2018).
- The Sydney Morning Herald. 2007. *Gaming's gods do battle before legions of followers in the world's biggest 'e-sports' nation. Simon Tsang armours up*. <https://www.smh.com.au/news/games/in-a-blizzard-of-warfare/2007/06/02/1180205566519.html?page=fullpage> (Diakses pada tanggal 20 Mei 2018).
- TEMPO.CO. 2018. *Asian Games 2018: E-Sport Dipromosikan Sebagai Cabang Eksebisi*. <https://sport.tempo.co/read/1049073/asian-games-2018-e-sport-dipromosikan-sebagai-cabang-eksebisi> (Diakses pada tanggal 17 Mei 2018).

Universitas Ciputra. 2016. "Metode Pengumpulan Data Dalam Penelitian — Universitas Ciputra Entrepreneurship Online." *Universitas Ciputra Entrepreneurship Online*. <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian/> (Diakses pada tanggal 21 Februari 2018).

Venture Beat. 2018. *Esports is driving the South Korean PC gaming market to new heights*. <https://venturebeat.com/2018/01/11/esports-is-driving-the-south-korean-pc-gaming-market-to-new-heights/> (Diakses pada tanggal 12 Mei 2018).

Variety. 2016. *eSports Popularity Rising Rapidly in U.S.* <http://variety.com/2016/digital/games/esports-popularity-rising-rapidly-in-u-s-survey-1201680922/> (Diakses pada tanggal 23 Maret 2018).

Vice. 2015. *It's Europe Time to Shine on The Esports Circuit*. https://www.vice.com/en_uk/article/qb5e95/its-europes-time-to-shine-on-the-esports-circuit-930 (Diakses pada tanggal 23 Maret 2018).

WADA. 2018. *The Code*. <https://www.wada-ama.org/en/what-we-do/the-code> (Diakses pada tanggal 23 Maret 2018).

White & Case. 2017. *Esports Coming to The Force for Policymakers in Europe*. <https://www.whitecase.com/publikations/article/esports-coming-fore-policymakers-europe> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2018).