

E-SPORTS DAN INTERAKSI SUBKULTUR GAMER DI INDONESIA

E-Sports and Gamer Subculture Interaction in Indonesia

Ilham Dwipa Widhiawan^{1*}, Neneng Yanti Khozanatu Lahpan², Iip Sarip Hidayana³

¹²³Prodi Antropologi Budaya, Fakultas Budaya dan Media,
Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung, Jalan Buahbatu 212 Bandung 40285

*Email: ilhamdwipa10@gmail.com

Artikel diterima: 7 Juli 2022 | **Artikel direvisi:** 3 Juni 2024 | **Artikel disetujui:** 5 Mei 2025

Abstrak: Penelitian ini menyorot pada bagaimana e-sports sebagai suatu budaya massa yang mempengaruhi pola interaksi subkultur gamer di Indonesia, baik interaksi sesama gamer atau gamer dengan masyarakat luas. Penelitian ini juga menjelaskan jenis-jenis interaksi pada gamer dan berbagai macam klasifikasi gamer. Dalam hal ini, pengaruh perkembangan e-sports pada pola interaksi yang terbentuk dikaji melalui konsep *medium is the message* (teori dari Marshall McLuhan). Penelitian ini dilakukan dengan deskriptif kualitatif melalui pengumpulan data menggunakan metode teknik etnografi virtual. Metode ini dipilih karena penelitian ini memiliki batasan data yaitu komunikasi dan interaksi yang hanya diambil dari media virtual, dalam hal ini; video platform Youtube Gaming; 4 video game yang bersifat kompetitif yaitu Valorant, Mobile Legends, PUBG Mobile, dan Free Fire. Hasil penelitian mengemukakan 1) Perkembangan e-sports sebagai 'medium' dan 2) Perubahan pola interaksi gamer Indonesia sebagai 'the message'.

Kata kunci: Interaksi, Permainan video, *E-sports*, Youtube.

Abstrak: *This study focuses on how e-sports as a mass culture influences the interaction patterns of gamer subcultures in Indonesia, both among gamers or gamers with the wider community. This study also describes the types of interactions among gamers and various classifications of gamers. In this case, the influence of the development of e-sports on the interaction patterns formed is studied through the concept of the medium is the message (the theory of Marshall McLuhan). This research was conducted with a qualitative descriptive method through data collection using virtual ethnographic techniques. This method was chosen because this research has data limitations, namely communication and interaction which are only taken from virtual media, in this case; Youtube Gaming video platform; 4 competitive video games, specifically Valorant, Mobile Legends, PUBG Mobile, and Free Fire. The results of the research suggest 1) The development of e-sports as a 'medium' and 2) Changes in the interaction pattern of Indonesian gamers as 'the message'.*

Keywords: *Interaction, Video games, E-sports, Youtube.*

1. Pendahuluan

Teknologi komunikasi telah mengubah dunia menjadi *global village* dimana dunia saling terhubung dan bebas hambatan yang berbatasan dengan batas-batas wilayah (McLuhan, 1960).

Tidak dapat disangkal bahwa fenomena yang digambarkan oleh McLuhan telah berlangsung sejak lama. Dunia tampak sempit, seolah-olah mereka saling mengenal, seperti sebuah desa. Teknologi komunikasi telah berkembang dari waktu ke waktu, dari penemuan gelombang elektromagnetik yang membentuk radio dan televisi, hingga pengembangan komputer pribadi yang terhubung ke Internet, dari telepon kabel dan nirkabel. Perkembangan terakhir adalah teknologi komunikasi yang menyatukan semua jenis komunikasi pada perangkat yang disebut *smartphone*. "*We shape our tools and thereafter our tools shape us*" (McLuhan, 1960). Ungkapan ini bukanlah ungkapan yang sederhana karena menunjukkan bahwa perubahan perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh keberadaan teknologi yang kita ciptakan.

Komunikasi dan pertukaran informasi antar manusia melalui saluran internet menunjukkan bahwa batas dan jarak geografis bukan lagi halangan. Kenaikan persentase jumlah pengguna internet di Indonesiasebesar 17% antara tahun 2019 dan 2020, dan kembali meningkat sebesar 16% di tahun 2021 dengan 202,6 juta pengguna internet (73,7% dari seluruh populasi di Indonesia)¹.

Salah satu teknologi paling populer di dunia adalah *video game*. *Video game* adalah permainan yang dimainkan menggunakan alat audiovisual dan dapat berbasis cerita (Esposito, 2005). Sebelum menjadi bentuk budaya, bentuk seni, bentuk narasi, dan alat pendidikan, *video game* adalah permainan. Permainan adalah aktivitas interaktif sukarela yang menimbulkan konflik buatan yang mengarah pada hasil yang terukur, mengikuti aturan yang membatasi satu atau lebih pemain untuk bertindak (Salen & Zimmerman, 2003.). Upaya pemetaan budaya *video game* secara khusus melalui formasi pemuda dan subkultural telah diusulkan oleh Crowe dan Bradford (2007, hal. 217), yang didefinisikan melalui istilah *virtual-cultures practice* dalam dunia virtual komunitas *game online*, mengingat bagaimana anak muda membangun dan memelihara identitas virtual dalam sistem sosial virtual. Individu yang merupakan penggemar *video game* atau yang memiliki hobi bermain *video game* inilah yang secara umum disebut *gamer*². *Gamer* berhasil menjadi sebuah subkultur yang masif dengan menghubungkan pelaku dan penggemar yang unik dengan ekosistemnya.

Gamer menunjukkan kecenderungannya untuk menghasilkan komunitas berdasarkan perasaan "terpisah bersama" atau "saling menarik diri dari seluruh dunia" - kualitas yang mirip dengan yang ada dalam studi yang lebih baru tentang bentuk subkultural (King & Krzywinska, 2006).

¹ Data diakses dari website *datareportal.com* pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 09.00

² Data diakses melalui: "*Gamer*" dalam <https://www.techopedia.com/definition/19>

[12/gamer#techopedia-explains-gamer](https://www.techopedia.com/definition/19/gamer) pada tanggal 3 Juli 2021 pukul 09.00

Majalah *game*, situs web, *game-streaming platform*³ (seperti Twitch, Youtube Gaming, NimoTV, Gox.id) dan ruang interaksi hingga *fanbase* yang dikhususkan untuk bermain *game* telah menjadi pusat untuk membangun subkultur *gamer* "umum" serta subkultur "spesifik" yang terkait dengan *video game*. Dari perspektif ini, budaya *game* akan muncul seperti domain besar yang "memotong batas-batas nasional dan di mana *gamer* sangat mungkin mahir karena sifat media yang terkomputerisasi", yang mempromosikan "bahasa bersama yang khas yang membantu menandai *gamer* sebagai subbagian masyarakat" (King & Krzywinska, 2006, hal. 220). Oleh karena itu, para *gamer* telah menciptakan berbagai pola interaksi mereka termasuk kosakata dalam berkomunikasi. Banyak *gamer* di seluruh dunia yang akrab dengan pola interaksi ini dan sering menggunakannya. Mereka menciptakan "bahasa" ini sebagai cara bermain yang lebih efektif daripada menulis seluruh kalimat. Format pendek mempercepat percakapan sehingga dapat fokus pada permainan.

Selain teknologi, faktor yang mempengaruhi masifnya subkultur *gamer* khususnya di Indonesia adalah berkembangnya *e-sports* terutama pada dua dekade terakhir. *E-sports* dapat didefinisikan sebagai olahraga yang membutuhkan upaya fisik dan mental,

menyatukan orang-orang dari kedua ujung dunia melalui internet untuk bermain *game*, dan bahkan membawa orang-orang dari berbagai negara di seluruh dunia untuk bermain *game* bersama (Argan dkk., 2006). *E-sports* menonjol sebagai fondasi kompetitif berdasarkan komputer, tablet, ponsel, dan berbagai konsol *game*. Ini memiliki struktur yang dapat dimainkan sebagai tim atau satu lawan satu, tergantung pada permainan yang dimainkan (Korpimies, 2017). Komunitas *gamer* pertama di Indonesia, *Indonesian Gamers* (saat ini bernama *Liga Game*) memelopori kemunculan *e-sports* di Indonesia dengan mengadakan kontes *game online* pertamanya pada tahun 1999 bersamaan dengan menjamurnya warung internet⁴ di Indonesia. Hingga pada melesatnya perkembangan *e-sports* di Indonesia pada tahun 2018 dengan menjadikan *e-sports* menjadi cabang olahraga dalam Pesta Olahraga Asia (*ASIAN Games*) 2018 Jakarta.

Dengan demikian, penelitian ini menyorot pada bagaimana *e-sports* sebagai suatu budaya massa yang mempengaruhi pola interaksi *gamer* di Indonesia, baik interaksi sesama *gamer* atau *gamer* dengan masyarakat luas. Penelitian ini juga menjelaskan jenis-jenis interaksi pada *gamer* dengan berbagai macam klasifikasi. Dalam hal ini, pola interaksi yang terbentuk melalui konsep *medium is the message* (teori dari Marshall McLuhan). Oleh

³ *Game-streaming platform* adalah jenis media sosial video *real-time* yang mengintegrasikan penyiaran tradisional dan *game online*. *Real-time* dan proyeksi pengalaman pemain adalah fitur utama dari *game-streaming platform*. *Streaming* langsung *video game* dapat memenuhi tuntutan pengguna dalam integrasi sosial, integrasi pribadi, dan hiburan. Data diakses melalui: <https://encyclopedia.pub/1434> pada tanggal 3 Juli 2021 pukul 09.00

⁴ Warung Internet yang biasa disingkat warnet adalah salah satu bentuk usaha yang dikelola oleh kelompok atau individu yang memberikan pelayanan dalam bentuk jasa internet oleh penggunanya. Biasanya pengguna dikenakan biaya per jam atau lebih, sesuai lama penggunaannya. Data diakses melalui: <https://www.kangaliali.com/pengertian-warnet-warung-internet.html> pada tanggal 3 Juli 2021 pukul 09.00

karena itu, fokus penelitian dan aspek yang diteliti pada penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. *E-sports* dalam berbagai bidang keilmuan masih sangat terbatas jejak penelitiannya. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada *game online* sebagai objek penelitian. Pola-pola interaksi yang terbentuk dan mengalami perubahan *gamer* akibat meledaknya budaya massa *e-sports* di Indonesia menjadi fokus penelitian ini sebagai pemahaman tentang *e-sports* dan *gamer* dalam ekosistem yang mereka bentuk. Maka, penelitian ini menggunakan konseptualisasi media yang dalam hal ini *e-sports* menjadi pengaruh pada pola interaksi subkultur *gamer* di Indonesia. Dengan demikian, pertanyaan penelitiannya sebagai berikut; 1) Bagaimana *e-sports* bisa mempengaruhi pola interaksi subkultur *game* di Indonesia? 2) Apa saja pola interaksi yang terbentuk dan berubah pada *gamer* Indonesia sejak besarnya fenomena *e-sports*.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual yang bersifat kualitatif (Setyobudi 2009, 2023). Metode ini dipilih karena penelitian ini memiliki batasan data yaitu komunikasi dan interaksi yang hanya diambil dari media virtual, dalam hal ini :

1. *Video platform* Youtube Gaming.
2. Empat *video game* yang bersifat kompetitif, yaitu *Valorant*, *Mobile Legends*, *PUBG Mobile*, dan *Free Fire*.

Etnografi virtual ini digunakan untuk memberikan pemahaman atas signifikansi perubahan pola interaksi *gamer* dari pengaruh fenomena *e-sports* dimana keduanya merupakan bentuk budaya dalam komunikasi di internet.

Pendekatan ini dilakukan dengan mengidentifikasi pola dengan tiga fokus

yang berupa kajian literatur, catatan lapangan (teks sebagai fokus dalam mengidentifikasi komunikasi dan interaksi), serta observasi partisipasi untuk kemudian menjelaskan perspektif teoritis. Hasil data tersebut dijadikan bahan untuk melakukan triangulasi data sebagai validasi. Analisis data berfokus pada empat poin, yaitu (1) Ruang Media; (2) Dokumen Media; (3) Objek Media; (4) Pengalaman.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Pengklasifikasian *Gamer*

Untuk penelitian ini, dua jenis perilaku yang relevan dalam hal kategorisasi diri yaitu jumlah waktu yang diinvestasikan seseorang bermain *game* digital dan jenis *game* yang dimainkan. Di tempat pertama, mereka tampaknya yang paling relevan kandidat karena mereka terkait langsung dengan praktik bermain *game*. Melihat ke frekuensi bermain selanjutnya memungkinkan untuk pendekatan yang melampaui dikotomi antara bermain *game* atau tidak yang terbukti tidak cukup dalam membedakan antara *gamer* dan *non-gamer* (Shaw, 2012).

Kategorisasi *gamer* relevan dengan industri *game* karena memungkinkan untuk merancang dan memasarkan *game* di bagian tertentu dari populasi *gamer*. Mengkategorikan dengan jelas berbagai jenis pemain juga penting bagi akademisi. Untuk membandingkan studi yang berbeda di mana berbagai jenis pemain telah dipelajari perlu jelas tentang parameter yang digunakan untuk mengklasifikasikan pemain. Berbagai klasifikasi telah diidentifikasi dalam penelitian sebelumnya. Salah satu klasifikasi pertama menurut Bartle (1996) yang membedakan tipe pemain berdasarkan pendekatan mereka terhadap permainan. Dia mengategorikan pemain seagai

pemenang, petualang, sosialis, atau pembunuh. Kemudian Schuurman (2008) menggunakan motivasi *gamer* untuk membedakan antara *gamer* atau *fanboy*. Sebagian besar kategorisasi pemain bagaimanapun telah berurusan dengan definisi *gamer* kasual versus *gamer hardcore*.

Beragai parameter telah digunakan untuk mengklasifikasikan pemain sebagai kasual atau *hardcore gamer* antara lain waktu bermain rata-rata selama periode waktu tertentu, sikap dan waktu yang diinvestasikan dalam aktivitas yang berhubungan dengan permainan. *Gamer hardcore* telah dicirikan dengan rata-rata bermain lebih dari satu jam sehari (Van Looy Schuurman De Moor De Marez and Courtois (2010) Schuurman De Moor Marez and Van Looy (2008)) setelah membeli *game* mereka sendiri (Schuurman et al. 2010; J. Van Looy dkk. 2010) "terus-menerus memainkan *game* yang sama dengan cara yang sedang menciptakan lebih banyak kegembiraan". (Fritsch et al. 2006 hal.2) dan karena itu terbentuklah dalam permainan itu komunitas dan forum internal (Consalvo 2009; Fritsch et al. 2006). Sebaliknya *gamer* kasual dicirikan dengan menghabiskan lebih sedikit waktu untuk bermain *game* bermain lebih sedikit dan memiliki sikap yang lebih santai terhadap *game* (Kuittinen Kultima Niemelä dan Paavilainen (2007). Parameter yang disebutkan di atas kurang lebih sesuai dengan tiga dimensi yang muncul dari analisis faktor yang dilakukan oleh Ip dan Jacobs (2005) pada kuisioner 15 item yang dikembangkan untuk membedakan *casual gamer* dan *hardcore gamer*.

Klasifikasi *gamer* pada umumnya terbagi menjadi dua bagian besar yaitu *casual gamer* dan *hardcore gamer* yang ditentukan oleh dua faktor utama yaitu

rata-rata waktu bermain dan apa yang telah diinvestasikan dalam aktivitas bermain *game*. *Casual gamer* bermain *video game* ketika mereka hanya ingin bersantai tetapi orang-orang ini tidak terlalu sering bermain *video game*. Sedangkan *gamer "Hardcore"* dan orang-orang ini bermain *video game* kapan pun mereka mendapat kesempatan. Mereka tahu banyak tentang setiap jenis *video game*. Bagian dari kategori *gamer "Hardcore"* ada sesuatu yang disebut *gamer profesional*. *Gamer profesional* atau *pro-player* biasanya bermain di turnamen tingkat tinggi di seluruh dunia bermain untuk jutaan dolar. Orang-orang dari seluruh dunia menonton tim *esports* profesional. Juga orang dapat menghadiri tempat turnamen besar yang biasanya terletak di stadion besar. *Gamer profesional* biasanya dibayar dengan gaji dan mereka dapat menghasilkan banyak uang. Mereka juga mendapatkan kemenangan mereka dari turnamen. Pada dewasa ini, *streamer* juga termasuk *hardcore gamer* karena selain mereka menginvestasikan banyak waktu dan tenaga untuk bermain *game*, mereka juga telah dapat menghasilkan uang dari kegiatan *streaming*-nya.

B. Peningkatan Jumlah *Gamer*

Jumlah *gamer* di tanah air terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Menurut data Newzoo, pada 2017 Indonesia memiliki *gamer* sebanyak 43,7 juta orang. Hingga tahun kemarin, jumlah *gamer* di Indonesia mengalami lonjakan yang cukup signifikan. Hasil kajian terbaru dari Vero, agensi komunikasi ASEAN bekerjasama dengan Decision Lab menghasilkan data terbaru dari riset mereka di Indonesia. Salah satunya adalah temuan jumlah *gamer* di Indonesia mencapai 52 juta orang di tahun 2021. Catatan tersebut

menjadikan Indonesia sebagai negara peringkat 6 dengan jumlah *gamer* terbanyak di Asia dan peringkat 17 di dunia. Artinya, minat masyarakat Indonesia terhadap *game* dapat dikatakan sudah tinggi. Hal tersebut bisa menjadi masa depan yang cerah untuk industri esports tanah air. Sebab, secara logika, semakin banyak *gamer* maka akan semakin banyak pula talenta yang ditemukan. Jika dibina dengan baik maka dapat memberikan prestasi yang bisa berpengaruh pada industri *Esports* di Indonesia.

C. Peningkatan Waktu Bermain *Gamer*

Laporan Statista pada 2021 menunjukkan, mayoritas waktu yang dihabiskan para pemain gim (*gamers*) di Indonesia untuk bermain video gim selama 4 hingga 7 jam per minggu. Persentasenya mencapai 17,4%. Kemudian, sebanyak 15,8% *gamers* menghabiskan waktu untuk bermain gim selama 7 hingga 12 jam per minggu. Lalu, sebanyak 15,4% bermain gim selama 1 sampai 2 jam per minggu. Sebanyak 14,2% *gamers* bermain gim selama 2 sampai 4 jam per minggu. Ada pula yang menghabiskan waktu bermain gim hingga lebih dari 20 jam per minggu sebanyak 13,8%. Selanjutnya, sebanyak 12% *gamers* mengatakan bermain gim selama 12 hingga 20 jam per minggu. Sementara, hanya 11,4% *gamers* yang menghabiskan waktu bermain gim kurang dari satu jam per minggu. Indonesia merupakan pasar industri game terbesar di Asia Tenggara dan menduduki peringkat ke-17 dunia.

Menurut data dari YouGov, 72% *gamer* Indonesia memainkan game mobile di smartphone dan tablet mereka. Persentase ini jauh lebih tinggi dibandingkan responden yang bermain game di komputer atau laptop (PC) dan konsol. Berbeda dengan Eropa dan

Amerika Serikat, di mana Twitch menduduki peringkat sebagai platform streaming game, Indonesia menempatkan Youtube sebagai platform terbesar, dengan 72% streamer Indonesia menggunakan platform Youtube, disusul NimoTV, Facebook, dan Twitch (Databoks, 2021).

D. Pola Interaksi *Gamers* di Indonesia

Proses komunikasi sangat penting bagi para *gamers*, terutama dalam penyampaian informasi yang bersifat teknis dan taktikal yang akan berguna bagi mereka dalam memenangkan sebuah pertandingan game yang bersifat kompetitif. Selain itu, bentuk interaksi yang bersifat pujian, persuasif, hingga kebencian pun sering terjadi. Pola-pola interaksi ini akhirnya menjadi ciri khas tersendiri yang membedakan antara *gamers* dengan *non-gamers*. Namun, dengan semakin berkembangnya *esports* dewasa ini, pola interaksi para *gamers* juga berkembang.

Penulis melakukan wawancara mengenai pola interaksi *gamer* kepada 4 informan yaitu Ichsan Ahmad Fauzan Djoewaeny, Bima Putra Sejati, Mochamad Chandra Arya Ekaputra, dan Rahima Azka Sasmita Atmadja. Penelitian ini juga didukung dengan kajian literatur dan kuisioner. Dari hasil wawancara penulis memahami bahwa proses komunikasi dalam tim saat bermain game sangat penting, terutama pada *game* yang bersifat kompetitif. Selain itu, komunikasi antar streamer dan penonton juga penting dalam mempererat dan memperkuat ekosistem *esports* itu sendiri.

Dari hasil wawancara⁵ informan pertama yaitu Ichsan Ahmad Fauzan Djoewaeny, penulis menangkap bahwa pada permainan yang bersifat kompetitif di PC, pola interaksi antar player lebih intens terjadi dibanding di permainan *mobile*. Ichsan, yang merupakan *hardcore gamer* karena ia adalah seorang streamer di platform GOX.id menjelaskan bahwa dalam permainan kompetitif dengan format tim, bahkan antar player perlu membangun hubungan sosial, agar *chemistry*-nya terbangun. Ichsan terhitung sering berinteraksi dengan pemain lain. Selain menggunakan fitur *team chat* dan *team voice*, Ichsan juga sering menggunakan aplikasi *Discord* untuk melakukan panggilan grup dengan kelompok bermainnya.

Ichsan juga menjelaskan bahwa baik saat bermain dengan pemain lain yang sudah kita kenal atau kita tidak kenal maupun lawan tanding, harus menunjukkan rasa hormat bahkan sebelum pertandingan dimulai, disaat pertandingan berlangsung, dan setelah pertandingan selesai. Ichsan sering menggunakan kata *glhf* sebelum pertandingan dimulai. *Glhf* yang berarti *good luck have fun* sering ia sampaikan untuk menunjukkan rasa hormat pada tim dan lawannya, dimana mereka akan saling memberikan performa yang terbaik dan bersenang-senang satu sama lain. Selain *glhf*, kata yang sering Ichsan gunakan adalah *nt*, *gg*, dan *sheesh*. *Nt* dan *gg* sering digunakan ditengah dan di akhir pertandingan. *Nt* yang berarti *nice try* ia gunakan untuk mengapresiasi usaha timnya yang telah berusaha namun masih belum mendapatkan hasil yang

maksimal. Lalu, *gg* Ichsan gunakan kepada tim atau lawannya yang menunjukkan cara bermain yang baik. Sedangkan *sheesh* sering Ichsan gunakan saat salah satu pemain dari tim atau lawannya melakukan sesuatu yang hebat dan diluar dugaan saat bertanding. Ia mulai sering menggunakan kata *sheesh* saat kata itu mulai populer di kalangan *gamer* permainan *Valorant*.

Menurut Ichsan, yang telah bermain game bahkan sebelum *esports* berkembang pesat di Indonesia (sekitar tahun 2018) interaksi-interaksi yang ia gunakan hampir tidak pernah ia lakukan saat ia bermain di waktu lampau (sebelum *esports* berkembang) dan kosakata nya pun sangat terbatas. Ichsan menjelaskan bahwa sebelum tahun 2018, ia jarang melakukan interaksi dengan pemain lain, dan terbatas hanya di interaksi taktikal serta hanya dalam bentuk teks (*chat*). Ichsan berpendapat berkat berkembang pesatnya *esports* di Indonesia dan besarnya pengaruh media sosial, interaksi *gamer* menjadi semakin luas dan memiliki ciri khas. Ia mengaku kosakata para *gamer* atau bentuk interaksi populer sering ia gunakan dan dengarkan di kehidupan nyata bahkan dalam konten media sosial yang tidak ada hubungannya dengan *game* sama sekali.

Informan kedua yaitu Bima Putra Sejati merupakan *hardcore gamer* dimana ia saat ini merupakan *pro-player* di dalam tim profesional *Mobile Legends* (permainan *mobile*), Geek Fam ID. Saat proses wawancara⁶, Bima menjelaskan ia lebih intens berinteraksi dengan timnya, terutama perihal taktikal dan

⁵ Wawancara dilakukan pada tanggal 21 Desember 2021 melalui aplikasi *Discord*

⁶ Wawancara dilakukan pada tanggal 5 Januari 2022 melalui aplikasi *Discord*

teknikal. Itu dikarenakan Bima bersama timnya Geek Fam ID berfokus pada turnamen profesional dengan tujuan kemenangan. Saat bertanding, Bima bersama tim menggunakan aplikasi *Discord* untuk berkomunikasi satu sama lain. Satu perbedaan yang Bima rasakan pada pola interaksi saat ia bermain *game* sebelum *esports* berkembang pesat di Indonesia (sebelum Bima sendiri belum menjadi *pro-player*) yaitu interaksi dalam tujuan pertukaran informasi menjadi sangat penting. Bima mengakui penyampaian informasi dalam tim (apalagi sudah bersifat *professional*) sangat penting dan harus disampaikan secara efektif satu sama lain. Hal tersebut yang dijelaskan Bima sangat berbeda sebelum *esports* berkembang pesat di Indonesia.

Informan ketiga dan keempat, yaitu Mochamad Chandra Arya Ekaputra dan Rahima Azka Sasmita Atmadja yang keduanya merupakan *casual gamer* memiliki satu kesamaan yaitu dalam *in-game* atau pertandingan mereka terhitung hanya sedikit melakukan interaksi. Namun, mereka justru lebih banyak interaksi antar *gamer* diluar pertandingan. Saat wawancara⁷, Chandra mengaku lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton pertandingan turnamen *esports* dan konten video atau *streamer game* dibanding waktu yang ia gunakan untuk bermain *game*, terutama menonton saluran *streamer* Windah Basudara melalui platform Youtube. Chandra lebih banyak berinteraksi dengan *streamer* atau penonton lain dengan tujuan rekreasi menggunakan fitur *live chat*. Chandra

menjelaskan bahwa itu merupakan faktor penting yang membuat ia selalu bahagia dalam menikmati tontonannya. Selain itu, karena menurut Chandra bahwa penikmat konten *esports* dan *game* seperti dirinya jumlahnya banyak, hal tersebut juga yang membuat ekosistem *esports* dan *game* ini terus berkembang. Menurutnya, dengan menonton *streamer*, terkadang itu mendidik dan membuatnya ingin belajar cara bermain *game* dengan lebih baik. Terkadang itu tentang hiburan dan mencintai kepribadian seorang *streamer*.

Berbeda dengan Chandra, Azka menjelaskan⁸ bahwa ia terhitung jarang menonton konten *gaming* dan lebih sering melakukan interaksi dalam komunitas *game* ia mainkan yaitu *PUBG Mobile*. Azka sering berinteraksi dengan sesama pemain *PUBG Mobile* lainnya yang ada di dalam satu komunitas dengan Azka atau disebut *Clan*. *Clan* merupakan istilah bendera besar dari suatu kelompok yang yang bermain *PUBG Mobile*. Azka sering berinteraksi dengan anggota *Clan* lainnya menggunakan aplikasi *Discord*. Biasanya Azka saling mengajak anggotanya untuk bermain bersama atau berdiskusi tentang hal-hal yang ada di dalam permainan *PUBG Mobile*.

Selain data hasil wawancara dari informan, penulis juga membuat kuisisioner kepada 50 orang (*gamers*). Data dari kuisisioner menunjukkan data sebagai berikut:

Hasil kuisisioner kepada 50 partisipan *gamer*, menghasilkan bahwa 51% partisipan merupakan

⁷ Wawancara dilakukan pada tanggal 29 Januari 2022 melalui aplikasi *Discord*

⁸ Pada saat proses wawancara yang dilakukan pada tanggal 10 Februari 2022 melalui aplikasi *Discord*

casual gamer dimana mereka hanya bermain *game* saat ada waktu luang serta hanya menghabiskan waktu bermain rata-rata kurang dari 7 jam per minggu dan 49% merupakan *core gamer* yang menghabiskan waktu bermain rata-rata lebih dari 7 jam per minggu.

Smartphone merupakan alat yang paling banyak digunakan oleh partisipan dengan persentase 74%, disusul *PC* atau *Laptop* dengan 48%, dan *Console* 22% (beberapa partisipan menggunakan satu atau lebih alat untuk bermain *game*).

E. Pengaruh *Esports* dalam Pola Interaksi *Gamer* Indonesia

Berkembangnya *esports*, telah mempengaruhi pola interaksi *gamer* serta ekosistem *esports* itu sendiri. Menurut T.L Taylor (2020), diluar kekhususan *game* tertentu, faktor dalam perkembangan *esports* yang mempengaruhi *gamer* yaitu infrastruktur pengembangan platform (pertumbuhan internet, layanan dan platform, dan penonton *online*) hingga pengembangan kelembagaan (tim, turnamen, dan organisasi). Faktor – faktor tersebut mampu menarik massa sehingga *esports* bisa berkembang secara pesat.

Di Indonesia, perkembangan *esports* diiringi perkembangan internetnya. Pada tahun 2014-2016 terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta pengguna internet di Indonesia (Katadata, 2015). Pada dewasa ini Sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan internet sebagai media komunikasi. Dataindonesia.id (2022) menunjukkan pengguna aktif internet di Indonesia sebanyak kurang lebih 191 juta pengguna atau 70% dari total populasi masyarakat di Indonesia sehingga faktor pertumbuhan internet ini merupakan salah satu faktor yang

paling berpengaruh dalam perkembangan *esports* serta dampaknya kepada pola interaksi individu.

Komunikasi melalui sarana internet dapat menyebarkan informasi secara massif dan cepat karena mampu melampaui hambatan geografis. Jika dapat melampaui hambatan geografis, maka hambatan waktu (*timelessness*) oleh media internet relative lebih cepat kapasitas kemampuannya untuk menyampaikan informasi berupa teknologi digital dalam bentuk teks, grafis, audio maupun video (Effendi,2010). Oleh karena itu, mudah bagi informasi tentang *esports* tersebar ke seluruh Indonesia melalui internet termasuk *platform-platform live streaming game* karena menarik massa pada dua tipe individu yaitu *streamer* dan penonton.

Selain infrastruktur *platform*, pengembangan kelembagaan juga merupakan hal yang mempengaruhi bagaimana *esports* bisa berkembang pesat di Indonesia. Salah satu bentuknya yaitu turnamen, yang pada dasarnya menciptakan struktur persaingan dan sikap-sikap dan pola interaksi tertentu (Taylor, 2020). *Esports* amatir bisa sederhana memiliki semacam mekanisme kompetitif dengan hanya beberapa pemain saja. Tetapi turnamen *esports* profesional kelas atas menyatukan berbagai aktor dan praktik kelembagaan, dari kumpulan aturan yang rumit (yang melebihi atau menambah kondisi formal perangkat lunak) hingga bentuk kerja seperti administrator, *caster*, dan siaran langsung.

Dengan dua faktor penting tersebut, pola interaksi dari seluruh *gamer* di seluruh dunia tentu akan menyebar dan mempengaruhi pola interaksi bahkan cara bermain *gamer* lainnya di seluruh dunia. Perlu diingat bahwa game selalu menjadi tontonan

aktivitas. Di era *arcade*, penonton terlihat jelas (di belakang mesin dan pemain). Pada konsol dan PC memungkinkan teman dan keluarga duduk di sofa dan melihat permainan anda. Dalam kasus *esports*, manusia telah lama berinovasi dalam cara berbagi *gameplay* permainan kompetitif. *Streaming* langsung meningkatkan jumlah penonton. Tapi kesenangan menonton orang lain, atau berada di ‘panggung sendiri’, selalu ada (Taylor, 2020).

F. Perkembangan *E-sports* sebagai *Medium*

Gagasan McLuhan bahwa ‘*medium is the message*’ juga menandai munculnya konvergensi media. Konvergensi media merupakan penggabungan teknologi serta platform media yang sebelumnya berbeda menjadi satu, lewat digitalisasi serta jaringan komputer. Penggabungan ini dikenal juga dengan istilah konvergensi teknologi⁹. Menurut Henry Jenkins (2006), konvergensi media adalah aliran konten di berbagai platform media, kolaborasi antara beberapa industri media, dan perilaku pergerakan pemirsa media. Konvergensi media dapat diartikan sebagai memungkinkan orang di berbagai jenis platform media untuk mengkonsumsi konten apapun. Jenkins (2006) juga menjelaskan bahwa konvergensi media ini mengintegrasikan 3C; *computing* (memasukkan data melalui komputer); *communication* (komunikasi); dan *content* (materi konten). Juga harus diingat bahwa konvergensi mengacu pada proses, bukan titik akhir. Konvergensi media juga mempengaruhi bagaimana media dikonsumsi oleh masyarakat.

Konvergensi media merupakan faktor utama dalam pesatnya perkembangan *e-sports* di Indonesia. Berita dan konten mengenai *video game* dan *e-sports* dapat dikonsumsi oleh masyarakat dengan mudah melalui satu platform sekaligus. Sebelum terjadinya konvergensi media serta berkembangnya *e-sports*, turnamen *e-sports* hanya bisa disaksikan secara langsung di tempat turnamen diselenggarakan. Selain itu, berita dan informasi mengenai *e-sports* dan *game* hanya bisa dilihat di surat kabar dan majalah yang khusus membahas tentang *e-sports* dan *video game*.

Terjadinya konvergensi media berdampak pada konsumsi konten mengenai *e-sports* dan *video game* yang menjadi lebih mudah digapai oleh masyarakat. Seperti platform Youtube yang merupakan hasil dari konvergensi media, dimana pada platform Youtube masyarakat bisa menyaksikan turnamen *e-sport* (yang disiarkan secara *real-time* oleh penyelenggara turnamen), konten berita mengenai *game* dan *e-sports* (jadwal dan hasil turnamen, perilisasi *game*, dan tren yang sedang terjadi pada dunia *game*), hingga tontonan hiburan dari para *streamer* dalam satu platform. Hal yang mendukung pesatnya penyebaran konten *e-sports* di platform Youtube yaitu cara kerja algoritma Youtube itu sendiri dimana algoritma beranda YouTube menggunakan kombinasi sinyal kinerja dan personalisasi. Ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang paling relevan untuk setiap pemirsa.

Perkembangan *esports*, pada teori ini sebagai *medium* yaitu *any extension of ourself* atau segala bentuk perpanjangan tangan manusia. Dimana perkembangan *esports* merupakan salah

⁹ Data diakses melalui: <https://www.thecanadianencyclopedia.c>

<a/en/article/media-convergence> Pada tanggal 19 April 2022 pukul 16.00

satu inovasi yang dibuat oleh manusia, yang diawali dari terbentuknya *global village* serta terbentuknya konvergensi media. Perkembangan *esports* di Indonesia yang pesat ini menciptakan perubahan kondisi masyarakat dan budaya kita menunjukkan adanya *message* baru, yaitu efek dari media baru tersebut. Seiring berjalannya waktu media juga akan berkembang dan memberi pengaruhnya kepada masyarakat, dan berkembangnya *esports* di Indonesia telah mempengaruhi pola interaksi para subkultur *gamer*.

G. Perubahan Pola Interaksi *Gamer* di Indonesia sebagai *The Message*

The message, pada kasus ini bukanlah apa yang dihasilkan dari berkembangnya *esport* di Indonesia, melainkan bagaimana dengan muncul dan berkembangnya *esports* dapat mempengaruhi pola interaksi subkultur *gamer*. Dengan berkembangnya *esports*, juga muncul *the message* pada pola interaksi subkultur *gamer* di Indonesia. Perubahan pola interaksi yang terlihat jelas adalah munculnya kosakata baru seperti *gg*, *toxic*, *sheeesh*, *n1*, *noob*, *iri bilang boss*. Meningkatnya intensitas interaksi antar *gamer* dan munculnya komunitas-komunitas *game* juga muncul sebagai akibat dari berkembangnya *esports* di Indonesia. Selain itu, muncul satu bentuk interaksi yang berkembang pesat di Indonesia yaitu interaksi antara *streamer* dan penontonnya.

Perubahan pola interaksi subkultur *gamer* menunjukkan sebelum *esports* berkembang pesat di Indonesia, *gamer* hanyalah seorang *gamer* yang hanya bisa menerima stereotip dari masyarakat tentang bagaimana bentuk identitas subkultur. Setelah *esports* berkembang pesat, *gamer* bisa

mengekspresikan identitasnya kepada masyarakat dengan pola-pola interaksi dan sikap-sikap tertentu yang hanya dimiliki oleh seorang *gamer* dan besar kemungkinan masyarakat menilai suatu individu tersebut merupakan *gamer* (dan tipe *gamer* tertentu) atau bukan. Selain itu, pola-pola interaksi yang mengalami perubahan setelah berkembangnya *e-sports* menjadi lebih mudah dikenal dan dipahami oleh sesama *gamer* dan bahkan oleh masyarakat awam sekalipun karena besarnya kemungkinan mereka mendapatkan konten mengenai *e-sports* dan *game* di media.

Dengan berkembangnya *e-sports*, bahkan seorang *gamer* tetap bisa sukses dan hidup dengan tetap menjadi *gamer* sebagaimana bermain *game* merupakan hal yang ia senangi. *E-sports* telah membuat suatu cita-cita *gamer* menjadi sangat mungkin untuk dicapai (terutama *core gamer*), ‘bermain *game* untuk hidup, dan hidup untuk bermain *game*’. Munculnya profesi sebagai atlet profesional *video game* atau sebagai *streamer* tentu telah mengurangi kondisi yang sering terjadi terutama pada *gamer* di Indonesia yaitu ‘berhenti bermain *game* untuk bekerja dan melanjutkan hidup’. Selain hanya menjadi atlet profesional dan *streamer*, tidak menutup kemungkinan para *gamer* bisa tetap bekerja dan beraktivitas dalam pekerjaan yang memiliki hubungan dengan *esports*.

4. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan berdasarkan ketertarikan penulis pada perubahan pola-pola interaksi subkultur *gamer* di Indonesia, terutama sejak berkembangnya *esports* di Indonesia. Sebagaimana telah dijelaskan di bab-bab sebelumnya, penulis menggunakan teori *medium is the message* dari Marshal McLuhan dalam melakukan penelitian ini.

Sehubungan dengan pengaruh berkembangnya *esports* pada pola interaksi subkultur *gamer* di Indonesia, muncul dua pertanyaan penelitian yakni ‘Bagaimana *e-sports* bisa mempengaruhi pola interaksi subkultur *gamer* di Indonesia?’ Dan ‘Apa saja pola interaksi yang terbentuk dan berubah pada *gamer* Indonesia sejak besarnya fenomena *e-sports*?’. Oleh karena itu, dua pertanyaan tersebut menjadi penghubung antara perkembangan *esports* di Indonesia dengan perubahan pola interaksi subkultur *gamer* di Indonesia sejak berkembangnya *esports*. Dengan demikian penelitian ini menghasilkan empat poin sebagai berikut:

1. Istilah olahraga elektronik atau *esports* berasal dari akhir tahun Sembilan puluhan. Penggunaan awal istilah *esports* adalah pada siaran pers 1999 tentang peluncuran Online Gamers Association (OGA) dimana penulis *Eurogamer* yaitu Mat Bettington membandingkan *esports* dengan olahraga tradisional.
2. Perkembangan *esports* dimulai dengan dampak *game fighting* dan *FPS (First-Person Shooter)* pada periode tahun 1990 hingga 1999. Dan sejak tahun 2000, merupakan masa pertumbuhan besar-besaran *esports*. Pertumbuhan itu ditandai dengan masifnya penyebaran berita dan kegiatan *esports* melalui media awam. Konvergensi media yang terjadi juga menjadi salah satu faktor kunci pada pesatnya perkembangan *e-sports* di Indonesia, karena pada akhirnya semua berita dan konten *e-sports* bisa lebih mudah didapat dan dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu, kualitas penyelenggaraan turnamen, infrastruktur *esports*, platform khusus *esports*, dan struktural tim atau organisasi

esports sangat meningkat hingga resmi menjadi salah satu cabang olahraga dunia. Di Indonesia, keterlibatan pada *esports* dimulai pada tahun 1999 seiring dengan munculnya *warnet* atau kafe internet di Indonesia. Pada tahun 2002, Liga Game memelopori kompetisi *esports* dan membuat para *gamer* Indonesia mulai berkumpul. Pertumbuhan pesat *esports* di Indonesia dimulai pada tahun 2013, saat berdirinya IESPA (*Indonesian Esports Association*) sebagai asosiasi resmi *esports* di Indonesia yang merupakan tempat untuk para *gamer* yang resmi pemerintah dan membantu para *gamer* memajukan *esports* di Indonesia. Pada 2018, beberapa *game online* menjadi cabang olahraga pada perhelatan Asian Games. Hingga saat ini, *esports* di Indonesia terus berkembang ditandai dengan beberapa organisasi *esports* di Indonesia yang masuk dalam ‘*Top 10 Esports Organization*’ (10 Organisasi *esports* terbaik di dunia) yaitu Onic, RRQ, dan Evos.

3. Proses komunikasi sangat penting bagi para *gamers*, terutama dalam penyampaian informasi yang bersifat teknis dan taktikal yang akan berguna bagi mereka dalam memenangkan sebuah pertandingan *game* yang bersifat kompetitif. Selain itu, bentuk interaksi yang bersifat pujian, persuasif, hingga kebencian pun sering terjadi. Pola-pola interaksi ini akhirnya menjadi ciri khas tersendiri yang membedakan antara *gamers* dengan *non-gamers*. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa poin penting pada terbentuknya pola interaksi *gamer* dan

- perubahan pola interaksi *gamer*, yakni; 1) Interaksi sesama *gamer* menjadi lebih intensif; 2) Terbentuknya pola interaksi baru yaitu antara *streamer* dan penontonnya; 3) Terbentuknya kosakata baru di kalangan *gamers*.
4. Berdasarkan penelitian menggunakan teori *medium is the message* dari Marshal McLuhan, perkembangan *esports* di Indonesia merupakan *medium*, yaitu *any extension of ourself* atau hasil pengembangan manusia. Dan perubahan pola interaksi subkultur *gamer* sebagai *message*, yaitu bagaimana perkembangan *esports* dapat mempengaruhi perubahan kondisi dan pola interaksi subkultur *gamer* di Indonesia. Pengaruh perkembangan *esports* pada perubahan pola interaksi subkultur *gamer* datang melalui tiga faktor penting yaitu konvergensi media, pertumbuhan infrastruktur pengembangan platform (pertumbuhan internet, layanan dan platform, dan penonton *online*), dan pengembangan kelembagaan (tim, turnamen, dan organisasi).
- 5. Daftar Pustaka**
- Amby, A., Caluscusan, D., Dublas, J. H., Medina, M., Tuballa, G. (2020). Analysis of stereotypes: How non-gamers view gamers. *Academia*.
- Apriliyani, Anggita. (2020). Hubungan Intensitas Bermain Permainan Online Dengan Kecerdasan Emosional. *Psikoborneo Vol.8*
- Argan, M., Özer, A., and Akin, E. (2006). *Olahraga Elektronik: Sikap dan Perilaku Atlet Cyber di Turki*. Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi, 1(2): 1-11.
- Ariantoro, Tri Rizqi. (2016). Dampak Game Online Terhadap Prestasi Belajar Pelajar. *JUTIM*.
- Barker, Chris. (2004). *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Behm-Morawitz, E. & Mastro, D. (2009). The effects of the sexualization of female video game characters on gender stereotyping and female self-concept. *Sex Roles*.
- Bosser, A. G., Nakatsu, R. (2006). Hardcore gamers and casual gamers playing online together. In *International Conference on Entertainment Computing* (pp. 374–377). Springer.
- Consalvo, M. (2011, June). Using your friends [Conference session]. *6th International Conference on Foundations of Digital Games - FDG '11*.
- Ćwil, M., Wardaszko, M., Dąbrowski, K., Chojecki, P. (2019). Empirical studies on the role of matchmaking in mobile esports player engagement. In *Neosimulation and gaming toward active learning* (pp. 269–280).
- Chatterton, P., & Hollands, R. (2003). *Urban Nightscapes. Youth cultures, pleasure spaces and corporate power*. London & New York: Routledge.
- Consalvo, M. (2007). *Cheating: Gaining Advantage in Videogames*. Cambridge & London: MIT Press.
- Consalvo, M., Paul, C. A. (2019). *Real Games: What's Legitimate and What's Not in Contemporary Videogames*. MIT Press.
- Crowe, N. and Bradford, S. (2007) *Identity and structure in on-line*

- gaming: young people's symbolic and virtual extensions of self*, in Hodkinson, P. and Deicke, W. (eds.) *Youth cultures: scenes, subcultures and tribes*. New York, NY: Routledge.
- De Schutter, B. & Malliet, S. (2009). *A New or Just A Different Breed Of Gamer? In The Annual Conference of The International Communication Association*. Chicago: USA Press.
- Dill & Thill. (2007). Video Game Characters and the Socialization of Gender Roles: Young People's Perceptions Mirror Sexist Media Depictions. *Sex Roles*
- Downing, S. K. (2011) 'Retrogaming Subculture and the Social Construction of a Piracy Ethic' . *International Journal of Cyber Criminology*. 5(1): 750-772.
- Downs, E. & Smith, S. L. (2010). Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis.
- Drotner, K. (1992). Modernity and Media Panics. In M. Skovmand & K. C. Schröder (Eds.). *Media Cultures: Reappraising Transnational Media* (hal. 42-62).
- Dymek, M. (2012). 'Video Games: A Subcultural Industry' in Zackariasson, P. and Wilson, T. L. (eds.) *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future*. London: Routledge.
- Eagleton, Terry. (2000). *The Idea of Culture*. Blackwell: Wiley.
- Ess, Charles. (2001). *Culture, Technology, Communication: Towards an Intercultural Global Village*. Albany: State University of New York Press.
- Esposito, Nicolas. (2005). A Short and Simple Definition of What a Videogame Is. *Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views - Worlds in Play*.
- Farlina, Nina. (2012). *Representasi Identitas Betawi dalam Forum Betawi Rempug*. 2012. (M.Hum), Universitas Indonesia.
- Fritsch, T., Voigt, B. & Schiller, J., 2006. Distribution of online hardcore player behavior: (how hardcore are you?). In *Proceedings of 5th ACM SIGCOMM workshop on Network and system support for games*. Singapore: ACM, p. 16.
- Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Giddings, S. and Kennedy, H. W. (2006). *Digital Games as New Media*. In: Rutter, J. and Bryce, J., eds. (2006) *Understanding Digital Games*. London: Sage.
- Grooten, J. & Kowert, R. (2015). Going beyond the game: Development of gamer identities within societal discourse and virtual spaces.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ Pearson Prentice Hall.
- Hartmann, T. & Klimmt, C. (2006). Gender and computer games: Exploring females' dislikes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (4), 910– 931.
- Hattings, E., Karas, T, Winsler, A., Way E., Madigan, A., Tyler S. (2009). Young Children's Video / Computer Game Use: Relation with School Performance and Behavior. *Issues Mant Health Nurs*, pp. 638-649.
- Hodkinson, P., & Deicke, W. (2007). *Youth Cultures. Scenes, Subcultures and Tribes*. London-New York: Routledge.

- Juul, J. (2009). *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge, MA: MIT Press.
- King, G., & Krzywinska, T. (2006). *Tomb raiders and space invaders: Videogame forms and contexts*. New York, NY: I.B. Tauris.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: RinekaCipta.
- Korpiemies, Samuel. (2017). *Sponsorship in Esports*. Mikkeli: MIB.
- Kowert, R., Festl, R., & Quandt, T. (2014). Unpopular, overweight, and socially inept: Reconsidering the stereotype of online gamers. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17(3), 141–146.
- Kurniawan, Faidillah. (2020). E-Sport Dalam Fenomena Olahraga Kekinian. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*.
- Kushner, D. (2004). *Masters of Doom: How Two Guys Created an Empire and Transformed Pop Culture*. New York City: Random House Trade Paperbacks.
- Malbon, B. (1999). *Clubbing, Dancing, ecstasy and vitality*. London-New York: Routledge.
- McLuhan, Marshal. (1964). *Understanding: The Extension of Man*. Cambridge: MIT Press
- Osgerby, B. (2004). *Youth Media*. London-New York: Routledge.
- Ruslan, Rosady. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Salen, K. & Zimmerman, E. (2003). *Rules of Play: Game Design Fundamental*. Boston: MIT Press
- Shaw, A. & Chess, S. (2016). *Reflections on The Casual Games Market in a post-GamerGate world*. In M. Willson & T. Leaver (Eds.), *Social, Casual and Mobile Games: The Changing Gaming Landscape*. New York, NY: Bloomsbury Publishing USA.
- Setyobudi, I. (2023). Pola tata kelakuan pamer lewat media sosial di Indonesia: Studi atas nilai dan norma budaya bertingkah laku. *Prosiding Seminar Nasional Hasil-hasil Penelitian dan PKM ISBI Bandung*: Bandung: Sunan Ambu Press.
- Setyobudi, I. (2009). Etnografi dan Genre Sastra Realisme. *Jurnal Acintya* 1 (2). Surakarta: ISI Surakarta.
- Tammaka, Zaelani. (2007). *Mozaik Nusantara Berserak: Multikulturalitas dan Kearifan Lokal*. Surakarta: PSB UMS dan Ford Foundation.
- Taylor, T. L. (2012). *Raising the stakes: E-sports and The Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Taylor, T.L. (2020). The Rise of Massive Multiplayer Online Games, Esports, and Game Live Streaming. *American Journal of Play Vol.12*
- Website/laman:**
- Bartle, R., 1996. Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDS. Diakses pada 8 Februari 2022 from <http://www.mud.co.uk/richard/hc ds.htm>.
- Game-streaming Platform. Diakses tanggal 1 Juli 2021, from <https://encyclopedia.pub/1434>
- Geeky Definition. Diakses tanggal 1 Juli 2021, from <https://dictionary.cambridge.org/d ictionary/english/geeky>

Pangestu : Sejarah E-sports di Indonesia. Diakses tanggal 8 Februari 2022 *from* <https://www.phiradio.net/sejarah-esports-di-indonesia/>

Pengertian Warnet: Warung Internet. Diakses tanggal 3 Juli 2021, *from* <https://www.kangaliali.com/pengertian-warnet-warung-internet.html>

T. Welch, “The History of the CPL”, Cyberathlete Professional League. Diakses tanggal 8 Februari 2022 *from* <http://www.thecpl.com/league/?p=history>

Techopedia Explains Gamer. Diakses tanggal 1 Juli 2021, *from* <https://www.techopedia.com/definition/1912/gamer#techopedia-explains-gamer>

Techy Definition. Diakses tanggal 1 Juli 2021, *from* <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Techy>

The OGA. Diakses tanggal 3 Juli 2021, *from* http://www.eurogamer.net/article.php?article_id=105