

Liga Seluler: Pergeseran Olahraga Elektronik ke Peranti Seluler dalam Kompetisi *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia.

Haryo Pambuko Jiwandono | Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Brawijaya
bisa dihubungi melalui email hpj03@ub.ac.id

Edeliya Relanika Purwandi | Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Brawijaya
bisa dihubungi melalui email edeliyarelanika@gmail.com

ABSTRAK

In 2010's, the mobile devices proliferation in Northeast Asia raised the digital mobile games popularity and developed mobile culture technology that supported the flourishing of socio-technical environment in the mode of production, distribution and participation of digital game users in the region to the next level. At the end of 2010, *Mobile Legend: Bang Bang* became the well-known online game, which was played in mobile devices in Indonesia. The Indonesian *Mobile Legend: Bang Bang* trend encouraged the participation of e-sport athletes to compete in the *Mobile Legend: Bang Bang* competition because of becoming more profitable for its users. This trend shows an interesting phenomenon to be studied. This research paper aims to study the dynamics of *Mobile Legend: Bang Bang* e-sports competition using traditional socio-technical approaches in the field of communication science. This approach used to observe the individual and/or group meaning based on their interaction within *Mobile Legend: Bang Bang* e-sport community. This research was conducted in the same time period with *Kratingdaerng E-Sports Championship* on September 2018.

Keyword: Mobile Legends, game, mobile devices

A. Pendahuluan

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari signifikansi sosioteknik, dinamika, dan lintasan game digital olahraga elektronik seluler di Indonesia dengan merujuk pada studi sosioteknik teknologi seluler yang ada di Asia Timur Laut; khususnya *game* digital seluler, sebagai referensi teoretis utama. Penelitian ini akan dimulai dengan konseptualisasi akan kerangka teoretis yang kuat mengenai budaya teknologi digital seluler di Asia Timur, diikuti oleh analisis mengenai *game* digital seluler di Asia Timur. Penelitian ini akan dilanjutkan oleh kesenjangan dalam pengetahuan dari lintasan sosioteknik olahraga elektronik pada

perangkat *game* digital seluler di Indonesia berdasarkan kerangka teoretis yang akan dipelajari melalui metodologi, sebelum akhirnya memberikan penilaian terhadap fenomena tersebut.

Penelitian ini dimotivasi oleh kehadiran *game* digital seluler yang melekat kuat dan tersebar luas di dalam masyarakat Indonesia (Siswanto & Purnama, 2013; De Lange, 2015; Sulisworo & Toifur, 2016; Trisnadoli et al, 2016). Selain itu, ada signifikansi yang relatif baru dari budaya *game* digital seluler yang sudah mapan di Indonesia. Sebuah tren baru yang belakangan ini

meningkat di Indonesia dalam wujud semakin partisipasi masyarakat terhadap olahraga elektronik (*e-sport*) yang semakin menguntungkan (Widhana, 2018); terutama dalam kompetisi *Mobile Legends: Bang Bang*. Lintasan sosioteknik ini menunjukkan fenomena menarik akan peranti permainan digital yang kompetitif, dari komputer *desktop* atau laptop dan *game* konsol digital ke perangkat seluler. Hal tersebut unik karena, meskipun terdapat lebih dari 200 juta pelanggan telepon seluler pada awal dasawarsa 2010 di samping budaya telepon seluler yang kaya (De Lange, 2015), permainan digital seluler yang kompetitif sebelumnya tidak pernah mencapai tingkat pengorganisasian dan minat publik yang sama dibandingkan dengan *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia. Selain itu, penelitian sebelumnya tentang *game* digital seluler (Otmazgin, 2008; Hjorth, 2009; Richardson, 2011; Jin, 2017) belum memberikan diskusi yang signifikan tentang aspek kompetitif dari *game* digital seluler.

Studi-studi terdahulu mengenai teknologi (Taylor, 2012; Soegoto & Adzkie, 2018; Scholz, 2019) proses (Taylor, 2012) dan bisnis (Scholz, 2019) akan kompetisi olahraga elektronik sejauh ini belum membahas difusi akan inovasi (Robertson, 1967) dari proses tersebut ke dalam teknologi digital seluler. Soegoto & Adzkie (2018) meneliti proses *training camp* atlet olahraga elektronik di Bandung yang masih menggunakan warung internet melalui wadah dengan susunan komputer *desktop* sebagai teknologi utama. Taylor (2012) menitikberatkan penelitiannya mengenai profesionalitas bermain *game* digital dan olahraga elektronik melalui interaksi pemain dan atlet terhadap komputer dan konsol *game*. Sementara, Scholz (2019) tidak membahas prospek manajemen bisnis beserta regulasi dari olahraga elektronik *game* digital seluler.

Pada saat yang sama, *game* digital pada perangkat seluler sebagian besar masih terkait dengan *game* digital kasual yang ditandai dengan aksesibilitas dan fitur akomodatif seperti kemudahan interupsi, konvensi yang lebih sederhana, dan tingkat kesulitan yang relatif mudah untuk diatasi; di samping penggunaan *platform* yang sangat populer. Juul (2009) berpendapat bahwa *game* digital kasual berfungsi sebagai sarana untuk menarik dan mengakomodasi pemain yang tidak terbiasa dengan budaya dan konvensi dari apa yang dianggap sebagai *game digital hardcore*; yang membutuhkan pemahaman lebih dalam tentang konvensi permainan dan dedikasi serta sumber daya yang lebih tinggi. Konvensi umum *game* digital seluler di Asia Timur sebagian besar sesuai dengan argumen Juul (2009) tentang *game* digital kasual karena sebagian besar dipasarkan untuk *gamer* yang kurang berdedikasi dan *game* digital seluler sebagian besar diakses oleh demografi kasual (Otmazgin, 2008; Jin, 2017).

Meningkatnya popularitas dan distribusi luas *game* digital seluler dengan konvensi yang lebih tradisional seperti *Mobile Legends: Bang Bang (MLBB)* atau *Player Unknown Battlegrounds (PUBG)* di Indonesia memberikan negosiasi terhadap konsep permainan kasual oleh Juul (2009) karena banyak pemain yang secara umum tidak mengidentifikasi diri mereka sebagai *gamer* masih akan terlibat dengan *game-game* digital seluler tersebut. Berangkat dari argumen Hjorth & Richardson (2017) tentang bagaimana label kasual pada *game* digital sering menyembunyikan investasi khusus dari pemain ke *game* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari praktik budaya yang berbeda dari keterlibatan *game* digital seluler di Indonesia dengan fokus penelitian berupa *game* digital seluler sebagai pekerjaan dan keterlibatan pada

game digital seluler dengan konvensi yang lebih berdedikasi.

Terdapat dua tinjauan pustaka dalam penelitian ini. Tinjauan pustaka pertama membahas perbedaan dan signifikansi budaya dari teknologi *mobile* di Asia Timur selain untuk mendefinisikan pembagian Asia Timur menjadi sub-wilayah Asia Timur Laut dan Asia Tenggara. Selanjutnya terdapat pembahasan mengenai praktik sosioteknik *game mobile* di Asia Timur Laut dan Asia Tenggara; yang akan ditujukan untuk masyarakat di Indonesia dan akan dibahas di dalam tinjauan pustaka kedua.

Tersebarunya teknologi perangkat seluler dan kumpulan sosioteknik yang luas (Choi, 2007; Hjorth, 2009; Jin, 2017) di Asia Timur Laut dan Asia Tenggara (Choi, 2007; Otmazgin, 2008) telah menghasilkan pertumbuhan kawasan tersebut sebagai "indeks kebudayaan yang kuat" secara global (Hjorth, 2009) dan pembentukan "mata uang global" Asia (Hjorth, 2009) di samping statusnya sebagai pusat budaya seluler global (Hjorth, 2009). Pergerakan budaya di kedua sub-wilayah Asia Timur (Otmazgin, 2008) sangat beragam dengan signifikansi pada berbagai sektor seperti politik ekonomi Korea Selatan (Hjorth, 2009; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017), komodifikasi budaya transnasional Tiongkok (Chua, 2000; Hjorth, 2009) dan pembentukan identitas budaya di Jepang (Hjorth, 2009) sebagai contoh bagaimana tiga negara utama di Asia Timur Laut terlibat dengan budaya yang dinamis (Hjorth, 2009; Jin, 2017).

Disamping keberagamannya, ada beberapa keseragaman budaya ponsel di Asia Timur Laut. Pertama adalah domestikasi perangkat seluler; yaitu ponsel (Hjorth, 2008; Hjorth, 2009; De Lange, 2015; Jin, 2017). Setelah krisis keuangan Asia pada tahun 1997 yang mengakibatkan kontekstualisasi ulang perangkat

seluler dari artefak budaya borjuis eksklusif hingga akhirnya menjadi teknologi yang lebih egaliter dan inklusif (Chua, 2000; Hjorth, 2009) sebagai perubahan wacana mereka dari eksklusifitas hegemonik Barat (Hjorth, 2009) untuk identitas modern nasional dan regional Asia Timur Laut (Chua, 2000; Hjorth, 2008; Otmazgin, 2008; Hjorth, 2009). Korea Selatan khususnya; di antara beberapa negara yang paling parah terkena dampak krisis keuangan (Hjorth, 2009), membangun kembali ekonominya melalui kontekstualisasi ulang dan revitalisasi pasar perangkat seluler (Hjorth, 2009). Budaya seluler Asia Timur Laut adalah proses berkelanjutan dari "praktik pelokalan dalam menegosiasikan pengaruh tren global" (Hjorth, 2009).

Faktor-faktor yang diuraikan di atas sangat terkait dengan dua kunci keseragaman: konsumsi tinggi dan konsumerisme yang luar biasa jumlahnya (Miles, 1998) dari perangkat seluler dan perangkat lunak serta perangkat keras terkait (Ellwood-Clayton, 2006; Choi, 2007; Hjorth, 2008; Otmazgin, 2008; Hjorth, 2009; De Lange, 2015; Borrowy, 2017; Jin, 2017). Konsumsi perangkat seluler di Asia Timur Laut tidak hanya datang dalam jumlah besar (Jin, 2017) karena pengguna juga menggunakan perangkat seluler dalam praktik yang berbeda secara kultural (Ellwood-Clayton, 2006; Choi, 2007; Hjorth, 2008; De Lange, 2015; Jin, 2017). Karena keragamannya, konsumerisme perangkat seluler di Asia Timur Laut selalu berarti lebih dari sekadar tindakan konsumsi (Miles, 1998; Ellwood-Clayton, 2006; Choi, 2007; Hjorth, 2009; De Lange, 2015). Mereka mulai menjadi penanda kekayaan baru dari Asia Timur Laut, yang secara bertahap berubah menjadi praktik budaya regional yang unik (Choi, 2007; Hjorth, 2008; Hjorth, 2009; De Lange, 2015).

Di Jepang sebagai salah satu pasar perangkat seluler terbesar di dunia (Hjorth, 2009;

Jin, 2017), terjadi konsumsi perangkat seluler yang sangat bersifat feminin (Hjorth, 2009). Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan wanita Jepang mendominasi pangsa pasar ponsel di negara ini (Hjorth, 2009) dan penggunaannya sangat melekat pada nilai-nilai feminin Jepang (Hjorth, 2009). Konsumerisme perangkat seluler khas Jepang paling terkenal dicontohkan oleh budaya *Keitai* (Hjorth, 2009) di mana penggunaan perangkat seluler tertanam dengan nilai-nilai *kawaii* seperti aksesoris perangkat seluler yang menekankan kelucuan (Hjorth, 2009) dan pictogram emoji dalam pengiriman pesan untuk mengekspresikan suasana hati yang dalam gilirannya menciptakan persimpangan yang menarik antara perangkat seluler dan mode sebagai berlakunya ritual pos-modern Jepang (Hjorth, 2009).

Beralih ke contoh di Asia Tenggara, konsumerisme perangkat seluler di Filipina utamanya terpusat pada pesan teks telepon seluler SMS pada tahun 2006 (Miles, 1998; Ellwood-Clayton, 2006). Ellwood-Clayton (2006) berpendapat bahwa SMS yang sangat populer di Filipina dipengaruhi oleh infrastruktur internet negara yang tidak memadai, sambungan telepon rumah yang tidak dapat diandalkan, dan keterjangkauan SMS; semuanya menyoroti bentuk khas konsumerisme yang dihasilkan oleh perbedaan pembangunan dan kemakmuran dibandingkan dengan Jepang sebagai perwakilan dari Asia Timur Laut. SMS di Filipina juga memiliki signifikansi aksiologis karena menandakan aktivitas di luar tindakan konsumsi (Ellwood-Clayton, 2006). Budaya SMS Filipina tertanam dan terjalin dengan nilai-nilai dan praktik cinta; baik itu bersifat platonis, romantis, erotis, humanistik atau religius (Ellwood-Clayton, 2006).

Konsumerisme perangkat seluler di Indonesia juga umumnya mencerminkan

kesenjangan pembangunan dan kemakmuran antara Asia Timur Laut dan Asia Tenggara (De Lange, 2015). Masyarakat di Indonesia menganggap kepemilikan telepon seluler terbaru dan paling canggih adalah sebagai suatu hal yang bergengsi dan mereka biasanya tidak akan membebani biaya pembelian, bahkan ketika pendapatan tahunan rata-rata negara tersebut hanya sebagian dari harga ponsel tersebut (De Lange, 2015). Pada dekade pertama abad ke-21, para pemilik ponsel di Indonesia masih dianggap sebagai 'orang kaya baru' (De Lange, 2015) sedangkan di negara Asia Timur Laut kepemilikan ponsel telah menjadi hal yang relatif umum (Chua, 2000; Hjorth, 2008; Hjorth, 2009). De Lange (2015) berpendapat bahwa ada elemen mobilitas imajinatif kepemilikan ponsel di antara masyarakat Indonesia yang lebih makmur, yang menganggap praktik tersebut pemisah antara mereka dengan anggota masyarakat menengah ke bawah di Indonesia yang tidak mampu memiliki ponsel paling canggih sekaligus terbaru karena terdapat kesenjangan sosial ekonomi yang luas, tepatnya kesenjangan antara anggota masyarakat Indonesia yang mampu dan kurang mampu (De Lange, 2015).

Untuk meringkas beberapa kasus yang khas di atas, perangkat seluler adalah artefak budaya sosioteknik yang signifikan (Winner, 1986) dalam mereproduksi sosiabilitas wacana Asia Timur Laut melalui keterlibatan penggunaannya (Ellwood-Clayton, 2006; Choi, 2007; Hjorth, 2008; Hjorth, 2009). Wanita Jepang menggunakan ponsel sebagai pengatur pertemuan dan sebagai media untuk komunikasi yang dimediasi oleh internet dengan menekankan pada nilai-nilai feminin (Hjorth, 2009), sementara ponsel digunakan untuk menegaskan wacana nasional Korea Selatan tentang peran keluarga dan peran gender dari para pekerja (Hjorth, 2009).

Masyarakat Filipina menggunakan fitur SMS untuk berkomunikasi dengan kerabat mereka yang bekerja sebagai pekerja migran di luar negeri (Ellwood-Clayton, 2006), dan orang Indonesia melihat ponsel sebagai penanda penting status sosial mereka (De Lange, 2015).

Kunci keseragaman terakhir yang signifikan dari budaya ponsel Asia Timur Laut adalah konvergensi (Jenkins, 2008; Hjorth, 2009; Dwyer, 2010; Jin, 2017). Meskipun hal tersebut adalah praktik global yang umum terjadi saat ini (Jenkins, 2008; Dwyer, 2010), konvergensi perangkat seluler terjadi lebih dahulu di Asia Timur Laut (Hjorth, 2009). Pengguna perangkat seluler di Asia Timur Laut mulai memasukkan *platform* komunikasi yang dimediasi internet ke dalam teknologi tersebut pada awal abad ke-21 sementara penggunaan perangkat seluler di Eropa pada umumnya masih terbatas pada panggilan telepon dan SMS (Hjorth, 2009). Contoh yang lebih kontemporer adalah aplikasi komunikasi *instant messenger* asal Asia Timur Laut seperti Line dari Jepang, KaKao Talk dari Korea Selatan, dan WeChat dari Tiongkok yang dilengkapi dengan fitur-fitur seperti portal berita, seri web komik orisinal, dan layanan *streaming* video; semua yang secara tradisional tidak terkait dengan *platform* tersebut (Richardson & Hjorth, 2014; Jin, 2017). Fenomena tersebut berbeda dengan WhatsApp yang berbasis di Amerika Serikat dan hanya menyediakan fitur pesan instan kepada penggunanya. Hal yang tidak kalah penting adalah penggabungan *game* digital ke dalam *platform* tersebut sebagai mikrokosmos konvergensi *game* digital dan perangkat seluler di Asia Timur Laut (Hjorth, 2009; Richardson & Hjorth, 2014; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017).

Konvergensi *game* ke dalam perangkat seluler semakin signifikan (Juul, 2009) di Asia Timur Laut karena kawasan ini dengan cepat

berubah menjadi pusat *game mobile* yang kehadirannya secara bertahap menyaingi konsol dan game komputer *desktop* / laptop (Hjorth, 2009; Borrowy, 2017; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017). *Game mobile* semakin populer di Jepang, Tiongkok, dan Korea Selatan yang, secara historis merupakan pusat *game* konsol dan hegemoni *game* komputer MMO (Hjorth, 2008; Hjorth, 2009; Jin, 2010; Borrowy, 2017; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017). Selain itu, distribusi perangkat seluler yang tersebar luas di Asia Tenggara (De Lange, 2015) mempercepat pertumbuhan popularitas *game* seluler di kawasan ini. Fenomena tersebut dicontohkan di Indonesia yang menyumbang 70 juta pemain *Mobile Legends: Bang Bang* aktif: dengan lebih dari 200 juta pemain yang telah terdaftar (Librianty, 2018). Hal yang paling penting adalah penetrasi *game* seluler dan signifikansi budaya konsumerisme adalah peran mereka dalam pembentukan konseptualisasi kerja dan rekreasi kontemporer di Asia Timur Laut.

Bab berikutnya dari penelitian akan membahas tentang signifikansi budaya konsumsi *game mobile* di Asia Timur Laut dari sisi politik ekonomi produksinya, diikuti oleh praktik budaya yang berbeda dari konsumsinya, dan wacana konsumerisme.

Tinjauan Pustaka: *Game* Digital Seluler di Asia Timur Laut dan Asia Tenggara

Terlepas dari keragaman historis Asia Timur Laut dalam praktik sosioteknologi (Winner, 1986; Choi, 2007; Hjorth, 2008; Hjorth, 2009; Jin, 2017), terdapat keseragaman permainan yang sedang berlangsung di kawasan ini karena “hampir semua negara kini mengalihkan perhatian mereka ke *game* seluler” (Jin, 2017).

Kemampuan simulatif terhadap *game* yang bersifat komprehensif dalam iPhone (Consalvo, 2012), domestikasi (Richardson & Hjorth, 2014; Jin, 2017) dan rekayasa balik formula gawai tersebut oleh perusahaan yang berbasis di Asia Timur Laut (Borrowy, 2017; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017) memiliki kontribusi pada pembentukan *game* digital seluler dalam konteks kontemporer Asia Timur Laut. Namun demikian, ada dua karakteristik utama yang berbeda dari keterlibatan *game* digital seluler di Asia Timur Laut dan Asia Tenggara (Borrowy, 2017; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017).

Pasar sub-regional Asia Timur Laut terdiri dari Tiongkok, Jepang, dan Korea Selatan yang tidak diragukan lagi kematangan dan keamanan pasarnya (Hjorth, 2009; Borrowy, 2017; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017). Seperti yang dijelaskan di bab sebelumnya, tiga aplikasi *messenger* instan yang berasal dari sub-wilayah Asia Timur Laut menggabungkan *game* digital seluler di antara fitur konvergen lainnya (Jin, 2017). Penggabungan tersebut terbukti menguntungkan; Jepang mendapatkan sebagian besar keuntungan dari *game* digitalnya dan Korea Selatan dengan KaKao Talk diuntungkan oleh 54 Juta Dolar AS pada kuartal terakhir 2014 saja (Jin, 2017). Contoh-contoh ini menunjukkan metode yang benar dan teruji untuk mendapatkan keuntungan dalam siklus produksi dan konsumsi *game mobile* Asia Timur Laut (Jin, 2017). Selain itu, ada juga kebijakan perlindungan dan kecenderungan kuat terhadap dimensi produk lokal di sekitar siklus tersebut (Hjorth, 2009; Borrowy, 2017; Jin, 2017).

Tiongkok terkenal akan proteksi terhadap industri nasionalnya (Wedeman, 2003; Borrowy, 2017); sering dengan mengorbankan ekspansi perusahaan asing (Borrowy, 2017), yang pada gilirannya memberdayakan produk-produk

nasional Tiongkok untuk menjadi lebih makmur (Wedeman, 2003; Borrowy, 2017). Borrowy (2017) mengilustrasikan keadaan ini dengan menyoroiti larangan Tiongkok pada konsol *game* digital asing dan perangkat lunaknya dari tahun 2000 hingga 2014 yang membuat *gamer* Tiongkok tidak punya pilihan selain mengakses MMO dan / atau *game* seluler Tiongkok setempat; yang pada gilirannya sangat menguntungkan industri *game* Tiongkok dalam membangun diri untuk ekspansi global (Borrowy, 2017).

Setelah negara-negara terkemuka dalam produksi *game* digital Asia Timur Laut, Jepang dan Korea Selatan sekarang berada di bawah peringkat Tiongkok dalam hal keuntungan (Borrowy, 2017). Namun demikian, ada kesamaan kunci dari ekonomi politik lingkaran produksi dan konsumsi di antara 3 negara Asia Timur Laut (Borrowy, 2017; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017). Pasar *game* digital seluler Jepang dan Korea Selatan terkenal sulit ditembus oleh industri *game* asing seperti halnya rekan Tiongkok mereka (Borrowy, 2017). Dalam kasus Korea Selatan, itu adalah karena pajak tinggi (Borrowy, 2017) dan larangan terhadap demografi tertentu. Di Jepang, ini disebabkan oleh adaptasi yang lebih lambat akan perangkat seluler berbasis Android dan iOS sebagai media utama dalam mengakses *game* digital karena perangkat *game* digital seluler berdedikasi asal Jepang masih populer di Jepang hingga saat ini (Hjorth, 2009; Borrowy, 2017; Hjorth & Richardson, 2017).

Terakhir, ada kecenderungan kuat terhadap produk lokal (Choi, 2007; Hjorth, 2009; Borrowy, 2017; Fung, 2017; Hjorth & Richardson, 2017; Jin, 2017). *Game* seluler terlaris di Tiongkok, Jepang dan Korea Selatan secara konsisten bersifat lokal (Hjorth, 2009; Borrowy, 2017; Fung, 2017) yang menunjukkan preferensi *gamer* terhadap konten lokal (Borrowy, 2017). Fluktuasi dalam

grafik indikator permainan seluler juga mencerminkan kecenderungan seperti dinamika generasi pendapatan dan statistik unduhan didominasi oleh perusahaan dan produk lokal (Borrowy, 2017). Selain itu, Tiongkok menjadi pasar yang subur untuk lokalisasi *game* seluler berasal dari luar negeri yang pengembangnya akan mengubah *game* itu agar lebih sesuai dengan preferensi *gamer* Tiongkok (Borrowy, 2017; Fung, 2017). Borrowy (2017) menekankan implementasi peraturan *ludic* bayar-untuk-menang di antara elemen-elemen kunci akan proses lokalisasi.

Pasar *game* seluler di Asia Tenggara sangat berbeda dari pasar Asia Timur Laut (Borrowy, 2017; Fung, 2017), karena mereka didominasi oleh produk asing yang diakibatkan oleh kurangnya peraturan formal mengenai *game* seluler selain kurangnya industri *game* seluler yang kompetitif secara internasional (Borrowy, 2017). Keadaan ini tercermin di Indonesia di mana dalam kurun waktu 4 tahun sejak 2014 hingga 2018, *game* digital seluler paling populer di Indonesia bergeser dari *game* asal Finlandia, *Clash of Clans* (Borrowy, 2017) ke *Mobile Legends: Bang Bang* dari Tiongkok (Atmoko, 2018); dengan tahun 2017 sebagai titik balik. Namun, Borrowy (2017) berpendapat bahwa negara-negara di dalam pasar *game* seluler Asia Tenggara memiliki selera yang berbeda satu sama lain meskipun memiliki keterbukaan yang seragam terhadap produk-produk asing. *Gamer* Indonesia memiliki preferensi terhadap *game* strategi *real-time* (Borrowy, 2017) yang, sekali lagi, tercermin oleh popularitas *Clash of Clans* dan *Mobile Legends: Bang Bang* yang tergolong dalam genre tersebut (Sicart, 2009; Bogost, 2010) walaupun strategi mereka berbeda aturan (Sicart, 2009).

Indonesia adalah pasar *game* seluler yang signifikan dan menyumbang setengah dari total pemasukan pasar Asia Tenggara (Borrowy,

2017). Di *Mobile Legends: Bang Bang*; dapat disebut sebagai *game* seluler paling populer di Asia Tenggara saat ini (Ashraf, 2017; Berida, 2017; Ahmad, 2018; Librianty, 2018), pemain Indonesia terdaftar berjumlah 70 juta dari total lebih dari 200 juta pengguna yang merupakan hampir sepertiga dari total populasi pemain (Librianty, 2018). *Mobile Legends: Bang Bang* sendiri telah menjadi yang paling mudah diakses (Berida, 2017; Ahmad, 2018) dan populer (Ashraf, 2017; Berida, 2017) sejak 2017 (Ashraf, 2017; Berida, 2017). Berida (2017) berpendapat bahwa ada tiga faktor yang berkontribusi terhadap besarnya popularitas *Mobile Legends: Bang Bang* di sub-wilayah Asia Tenggara.

Faktor pertama adalah rendahnya persyaratan teknis dari *game Mobile Legends: Bang Bang* (Berida, 2017). Berida (2017) berpendapat bahwa *Mobile Legends: Bang Bang* dapat dioperasikan dengan sedikit masalah pada perangkat seluler pintar kelas bawah. Untuk merujuk kembali ke argumen oleh Ellwood-Clayton (2006) dan De Lange (2015) pada bab sebelumnya, ponsel dengan spesifikasi tinggi dianggap sebagai kemewahan di Filipina dan Indonesia; sebagai perwakilan dari Asia Tenggara, karena pendapatan yang relatif lebih rendah dan menyebabkan daya beli yang lebih rendah pula. Teknologi perangkat seluler telah menjadi lebih maju dari yang terjadi pada tahun 2006 dan 2010, dan di Indonesia, *Mobile Legends: Bang Bang* dapat dimainkan tanpa masalah yang berarti pada perangkat seluler kelas bawah yang dibanderol dengan harga serendah-rendahnya Rp 2.000.000,-.

Faktor kedua adalah konvensi yang familiar dari *game Mobile Legends: Bang Bang*. *Mobile Legends: Bang Bang* adalah klon *game* digital *League of Legends* dan *Defense of the Ancients 2*; dua *game* digital MOBA populer di Asia

Tenggara (Berida, 2017). Kemiripannya tidak terbatas pada aturan *ludic*, karena estetika fiksi *Mobile Legends: Bang Bang* juga sejajar dengan *game-game* sezamannya *MOBA* yaitu dalam desain karakter dan ikonografi secara umum (Berida, 2017). *Mobile Legends: Bang Bang* menampilkan karakter yang dapat dimainkan yang sebagian besar terinspirasi oleh mitologi Asia Timur Laut dan desain budaya populer kontemporer. Karena ada impor budaya yang kuat dari negara-negara Asia Timur Laut ke rekan-rekan mereka di Asia Tenggara (Otmazgin, 2008), estetika seperti itu menjadi familiar di Asia Tenggara.

Faktor ketiga adalah optimalisasi konvensi *game* seluler yang sudah dikenal. Berida (2017) berpendapat bahwa *Mobile Legends: Bang Bang* memiliki antarmuka yang relatif sederhana yang memanfaatkan fitur layar sentuh perangkat seluler. Hal ini membuat *Mobile Legends: Bang Bang* menjadi lebih mudah diakses oleh sejumlah besar *gamer* digital 'kasual' yang terlibat dengan *game* digital terutama dari ponsel pintar mereka (Juul, 2009; Consalvo, 2012; Richardson & Hjorth, 2014) meskipun kurva pembelajaran permainan dan kesamaan konvensi dengan *game* digital yang lebih berdedikasi.

Dengan dua tinjauan pustaka yang diuraikan, ada tiga kesenjangan dalam pengetahuan. Pertama, bagaimana kita bisa memahami fenomena meningkatnya kompetisi olahraga elektronik seluler di Indonesia khususnya dan Asia Tenggara pada umumnya? Kedua, bagaimana dinamika olahraga elektronik secara umum dapat membuka lintasan sosiotekniknya? Terakhir, tetapi yang tidak kalah pentingnya, peran apa yang mereka mainkan dalam mengembangkan popularitas *game* digital seluler di Indonesia?

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sosial kualitatif dengan wawancara semi terstruktur sebagai instrumen pengumpulan data primer (Bryman, 2012); dan pendekatan analisis data studi kasus (Patton, 1980; Stake, 1998). Wawancara semi terstruktur dipilih sebagai instrumen karena keterlibatan yang kuat dari peserta penelitian dengan keahlian dalam *game* digital seluler *e-sports* yang mana wawasan dan pengalaman dari mereka berfungsi sebagai data utama untuk penelitian ini. Karakteristik paling penting dari wawancara kualitatif adalah kemampuan eksploratif mereka dari pengalaman peserta penelitian tidak seperti dalam wawancara terstruktur di mana tanggapan peserta dikodifikasikan secara lebih ketat (Bryman, 2012). Karena data primer dalam penelitian ini adalah wawasan dan pengalaman peserta penelitian yang membutuhkan tingkat kebebasan berekspresi yang lebih tinggi dari mereka, diputuskan bahwa wawancara kualitatif adalah metode pengumpulan data yang paling cocok.

Berkenaan dengan peserta penelitian, penelitian ini menggunakan *purposive sampling* (Bryman, 2012) untuk memilih mereka berdasarkan kualitas keterlibatan dengan *e-sports* seluler. Ada tiga kategori pengambilan sampel untuk pemilihan peserta penelitian dan mereka adalah atlet olahraga elektronik seluler profesional / semi-profesional, penyelenggara acara olahraga elektronik seluler, dan *influencer* media sosial *game* digital seluler. Setiap kategori pengambilan sampel dipilih untuk menganalisis berbagai aspek lintasan sosioteknik atlet olahraga elektronik seluler. Dalam kategori atlet elektronik seluler profesional / semi-profesional, akan dilakukan pengumpulan dan analisis perihal mata pencaharian atlet elektronik seluler dan dinamika

profesional. Di penyelenggara acara olahraga elektronik seluler, akan dilakukan pengumpulan dan analisis data mengenai aspek bisnis olahraga elektronik seluler. Pada akhirnya, penelitian ini akan mencoba mencoba untuk mempelajari penyebaran wacana *game* digital seluler kepada masyarakat Indonesia yang lebih luas dengan meneliti *influencer game* digital seluler dan keterlibatan mereka dalam media baru.

Setiap data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan analisis studi kasus kolektif (Patton, 1980; Stake, 1998) untuk mempelajari bagaimana interaksi peserta penelitian dengan ketiga kesenjangan dalam penelitian sebagai kasus penelitian. Metode analisis studi kasus dipilih untuk mempelajari hubungan kolektif (Stake, 1998) antara pemaknaan dari para peserta penelitian dalam memaknai kasus penelitian sesuai dengan konteks mereka masing-masing (Patton, 1980). Studi kasus kolektif mampu memberi pengetahuan akan bagaimana kasus-kasus individu yang dialami oleh partisipan mampu memberi indikasi akan kebijaksanaan yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini berangkat dari pertanyaan ilmiah mengenai sebuah fenomena inovatif (Robertson, 1967) dalam ranah teknologi seluler dengan konteks spasial yang spesifik, yaitu di Indonesia sehingga cakupan penelitian ini terbatas dan efisien untuk dipelajari menggunakan analisis studi kasus. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan analisis naratif di mana temuan penelitian tidak difragmentasi ke dalam *coding category*, namun akan disajikan dalam bentuk naratif menyeluruh (Bryman, 2012). Hal ini bertujuan untuk mengurangi berkurangnya pengetahuan akan konteks sosial yang terlalu kecil untuk dimasukkan kedalam *coding category*. Pergeseran Olahraga Elektronik ke Perangkat Seluler – Studi Kasus dan Implikasinya yang Lebih

Luas

Penelitian pendahuluan dilakukan untuk mempelajari kumpulan sosioteknik (Winner, 1986) tentang peralihan ke perangkat seluler sebagai periferal dalam kompetisi olahraga elektronik Indonesia dengan menggunakan *Mobile Legends: Bang Bang* dari pada bulan September 2018 sebagai kasus penelitian; pada waktu yang bersamaan dengan diadakannya Kratingdaeng E-Sports Championship yang menampilkan kompetisi *Mobile Legends: Bang Bang*. Sebagai diskusi dominan pada bab ini, penelitian pendahuluan mencakup perbedaan kompetisi, mata pencaharian, dan prospek karir pemain *Mobile Legends: Bang Bang*, di samping pengaruh budaya *Mobile Legends: Bang Bang* terhadap masyarakat Indonesia yang lebih luas. Untuk memperkaya diskusi tersebut, akan dilakukan analisis data primer yang dikumpulkan dalam bentuk hasil wawancara kualitatif (Bryman, 2012) dengan lima peserta pada bulan September tahun 2018.

Ada empat peserta penelitian: dua kru turnamen *Mobile Legends: Bang Bang*; satu atlet elektronik *Mobile Legends: Bang Bang* semi-profesional; dan seorang manajer proyek kanal daring yang merupakan mitra siaran resmi *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia. Untuk menjaga privasi peserta penelitian, nama mereka disamarkan sebagai berikut: dua kru turnamen akan disebut sebagai Matt dan Rich; atlet elektronik *Mobile Legends: Bang Bang* semi-profesional akan disebut sebagai Fritz; dan manajer proyek kanal daring mitra resmi *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia akan disebut sebagai Clift. Peserta penelitian dipilih menggunakan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Matt dan Rich dipilih berdasarkan kesediaan mereka untuk diwawancarai pada turnamen Kratingdaeng E-Sports Championship

dan kedekatan mereka dengan pengorganisasian turnamen *Mobile Legends: Bang Bang*. Fritz dipilih berdasarkan rekomendasi dari kolega dan kesediaannya untuk berbagi pengalaman; dan Clift merupakan rekomendasi dari Fritz. Data dikumpulkan menggunakan wawancara semi terstruktur (Bryman, 2012). Temuan penelitian dianalisis menggunakan analisis induktif umum (Bryman, 2012) di mana hal tersebut dikontekstualisasikan dengan kerangka kerja teoritis dan dukungan faktual.

Sebagai gambaran umum, Clift berpendapat bahwa kompetisi utama *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia adalah bisnis besar di mana pagelaran dan kompetitor terus menarik sponsor dari perusahaan besar. *Mobile Legends: Bang Bang (MLBB)* mulai mendapatkan popularitas di Indonesia pada awal 2017 yang ditandai dengan munculnya kompetisi regional di berbagai daerah. Fritz menjelaskan bahwa ada dua jenis kompetisi *MLBB* di Indonesia; yang terjadi secara daring di dunia maya dan secara luring di dunia molekuler. Sesuai namanya, kompetisi daring diselenggarakan dengan cara mencocokkan tim yang bersaing di ruang pertandingan tertentu. Kompetisi daring memiliki lebih sedikit keriuhan dan jumlah hadiah mereka umumnya lebih kecil. Namun, pengorganisasiannya yang cukup mudah memberikan peluang awal untuk memperkenalkan *Mobile Legends: Bang Bang* kepada atlet elektronik Indonesia.

Kompetisi luring, di sisi lain, lebih banyak diiklankan dan sering dilaksanakan di pusat perbelanjaan atau pusat acara selain untuk menarik lebih banyak keriuhan dan sponsor. Kompetisi luring juga lebih menguntungkan karena terbantu oleh sistem pengarcisan dan penjualan pernak-pernik sebagai bagian integral dari model bisnis mereka. Sebagai pemain semi-

profesional, Fritz berpendapat bahwa ia menerima hadiah uang yang jumlahnya lebih banyak dari kompetisi luring yang ia ikuti.

Clift menambahkan bahwa sejak 2017, Moonton telah memanfaatkan popularitas kompetisi *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia dan Asia Tenggara dengan menyelenggarakan *Mobile Legends Bang Bang Professional League (MPL)* dan *Mobile Legends Southeast Asia Cup (MSC)*; dicap sebagai turnamen *Mobile Legends: Bang Bang* resmi. MPL 2018 diadakan secara serentak dari Januari hingga April di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, Vietnam, dan Myanmar oleh berbagai penyelenggara di negara-negara tersebut. Beberapa tim dengan peringkat teratas dari masing-masing negara akan bersaing di MSC pada 29 Juli 2018. Rekan kerja resmi Moonton sebagai mitra penyiaran MPL adalah Revival TV, sementara mitra siaran resmi MSC 2018 di Indonesia adalah Kompas TV. Yang tidak kalah pentingnya, MSC 2018 menjadi bagian dari sejarah *game* dan televisi Indonesia sebagai acara olahraga elektronik pertama yang disiarkan langsung di televisi nasional.

Matt, Rich dan Clift lebih lanjut berpendapat bahwa turnamen luring *Mobile Legends: Bang Bang* telah berhasil sukses secara konsisten. Clift menambahkan bahwa turnamen *Mobile Legends: Bang Bang* pada bulan Juli 2018 di Mal Taman Anggrek Jakarta berhasil menarik lebih dari 60.000 peserta selama tiga hari; dengan kehadiran harian rata-rata sekitar 20.000 pengunjung. Selain itu, Matt berpendapat bahwa turnamen *Mobile Legends: Bang Bang* secara bertahap telah menyingkirkan kompetisi *game* berbasis komputer *desktop* / laptop dan konsol di Indonesia. Sebagai konteks sejarah, kompetisi *e-sport* Indonesia sebelumnya didominasi oleh *Pro Evolution Soccer* dan *DotA 2*.

Namun, meskipun kompetisi *Mobile Legends: Bang Bang* secara logistik lebih terjangkau, bukan berarti tanpa masalah sama sekali. Latensi koneksi internet Indonesia yang tidak stabil sering menjadi masalah karena konektivitas nirkabel perangkat seluler bergantung pada koneksi nirkabel terpusat. Matt, Rich dan Clift menjelaskan bahwa tidak jarang pertandingan ditunda karena masalah koneksi; yang pada gilirannya akan memengaruhi penjadwalan acara-acara tertentu. Persaingan juga sangat terpusat di Jawa karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang masih belum merata antara Jawa dan luar Jawa. Di Jawa sendiri, kompetisi besar biasanya hanya diselenggarakan di Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.

Perihal prospek karir dari atlet elektronik *Mobile Legends: Bang Bang* dan perannya sebagai mata pencaharian, Fritz dan Clift berpendapat bahwa tidak ada kekurangan talenta karena pemain *Mobile Legends: Bang Bang* sebagian besar adalah jebolan pemain profesional dan/atau semi-profesional dari *League of Legends* dan / atau *Defense of the Ancients 2*. Clift menambahkan bahwa kanal penyiaran daring tempat dirinya bekerja juga juga sebelumnya berfokus pada *Defense of the Ancients 2*. Hal tersebut menekankan keakraban konvensi dan estetika di antara tiga *game* tersebut dalam komunitas *game* digital di Indonesia. Fritz melanjutkan dengan menjelaskan sistem rekrutmen *Mobile Legends: Bang Bang* oleh tim profesional. Terdapat empat cara umum bagi manajemen utama untuk mengontrak pemain yang mempertimbangkan peringkat global, potensi pemasaran pemain tersebut, kinerja kompetisi luring, dan hubungan pribadi dengan manajemen. Fritz mengenang saat menjadi pemain semi-pro, ia menerima gaji pokok sekitar

Rp. 4.000.000,- per bulan dan bahkan lebih dari bonus kompetisi dan sponsor.

Pada sisi negatifnya, kompetisi untuk menjadi pemain profesional; atau bahkan semi-profesional, *Mobile Legends: Bang Bang* sangat sulit karena permainan tersebut sudah dimainkan dimana-mana dan memiliki popularitas yang besar. Fritz adalah mantan anggota tim Louvre E-Sport yang membantu mereka lolos ke pertandingan ulang MPL. Namun, Clift menambahkan bahwa Fritz “benar-benar terpuruk” selama acara dan selanjutnya dikeluarkan dari tim. Dia belum kembali ke kompetisi profesional sejak saat itu. Terlebih lagi, atlet-atlet olahraga elektronik di Indonesia tidak diregulasi dan berserikat, sehingga sistem kontrak dapat sangat merugikan mereka. Clift menambahkan bahwa jendela transfer tidak didefinisikan dengan baik dan diatur untuk mengakomodasi dan melindungi hak-hak atlet elektronik. Lebih jauh lagi, baik Fritz dan Clift berpendapat bahwa roda keberuntungan atlet elektronik *Mobile Legends: Bang Bang* masih sangat mungkin berputar untuk e-atlet *Mobile Legends: Bang Bang* meskipun popularitas permainan saat ini sangat besar karena pasar Indonesia sangat terbuka untuk produk-produk asing (Ashraf, 2017; Berida, 2017; Borrowy, 2017; Librianty, 2018).

Namun, yang mengejutkan, Fritz dan Clift berpendapat bahwa sumber pendapatan terbesar dari atlet elektronik *Mobile Legends: Bang Bang* bukan berasal dari kompetisi, tetapi dari keterlibatan dan dukungan media baru. Clift menambahkan bahwa *Influencer* media baru terkait *Mobile Legends: Bang Bang* juga telah mendapatkan pengikut yang sangat kuat setelah dari pengguna internet Indonesia, yang pada gilirannya mendorong *influencer* tersebut untuk memasuki kesadaran masyarakat arus utama di

Indonesia.

Kelima partisipan penelitian sepakat bahwa kompetisi *Mobile Legends: Bang Bang* dan keterlibatan media baru para pemainnya telah memperkenalkan olahraga elektronik kepada kesadaran arus utama Indonesia. Fritz dan Clift berpendapat bahwa akses nongamer ke konten media baru yang terkait, *Mobile Legends: Bang Bang* juga memainkan bagian dalam popularitas *game* di masyarakat Indonesia. Pada saat yang sama, Clift menambahkan bahwa organisasi kompetisi *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia dimotivasi oleh popularitas *game* yang luar biasa di Indonesia. Menggunakan pengertian jaringan sosioteknik oleh Winner (1986), terdapat pendekatan aktor jaringan yang dapat menjelaskan mengenai popularitas dari *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia. Kebersinambungan akan kompetisi serta konten media mengenai *Mobile Legends: Bang Bang* dan popularitas *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia saling tergantung satu sama lain. Kompetisi *Mobile Legends: Bang Bang* beserta konten media terkait *Mobile Legends: Bang Bang* menumbuhkan popularitas *game* digital seluler tersebut di masyarakat yang dalam waktu bersamaan menambah kesuburan kompetisi dan konten media terkait.

Namun, Clift mengakhiri wawancara dengan berargumen bahwa tidak masalah jika *Mobile Legends: Bang Bang* tidak lagi dimainkan kelak di kemudian hari, karena masyarakat Indonesia sekarang sangat sadar akan *game* digital dan olahraga elektronik; khususnya dalam perangkat seluler. Fritz meramalkan bahwa akan ada *game* baru yang serupa yang akan mengambil tempat *Mobile Legends: Bang Bang* di antara masyarakat Indonesia kelak jika *Mobile Legends: Bang Bang* kehilangan popularitas. Argumen mereka didukung oleh fakta bahwa *game* serupa

seperti *Arena of Valor* dan versi seluler dari *Player Unknown Battleground* juga sangat populer di Indonesia.

Penelitian ini juga menggambarkan kondisi baru akan *game* digital seluler (Juil, 2009; Hjorth & Richardson, 2017) di Indonesia. *Mobile Legends: Bang Bang* dapat diakses secara luas di kalangan masyarakat Indonesia yang tidak mengidentifikasi diri mereka sebagai *gamer* yang berdedikasi, namun keterlibatan mereka menyerupai *gamer* yang berdedikasi (Taylor, 2012; Hjorth & Richardson, 2017). *Mobile Legends: Bang Bang* tidak mudah untuk diinterupsi, membutuhkan pengetahuan dan konvensi permainan yang luas (Juil, 2009; Taylor, 2012; Hjorth & Richardson, 2017), selain kebutuhan akan kerjasama dan kurva belajar yang tinggi (Juil, 2009).

Mengacu kembali kepada argumen dari Juil (2009) serta Hjorth & Richardson (2017), persebaran *Mobile Legends: Bang Bang* telah merumuskan ulang wacana mengenai *game* digital kasual di Indonesia di mana teknologi digital seluler tidak lagi hanya terbatas untuk *game* digital kasual; dikotomi peraturan dan pengalaman *game* digital kasual dan *game* digital *hardcore* yang mengabur; dan gagasan mengenai 'Ke-kasual-an' itu sendiri. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pergeseran kompetisi olahraga elektronik ke peranti seluler juga memberi lebih banyak peluang untuk tenaga kerja non-formal (Rojek, 2004) di negara yang sangat birokratis seperti Indonesia, dengan kondisi sebagian besar warganya masih mengandalkan sektor formal untuk penghidupan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, dapat dirumuskan bahwa terdapat kumpulan sosioteknik yang terdiri dari perangkat seluler, atlet elektronik sebagai profesi, perangkat seluler *e-sports* sebagai wadah reproduksi budaya, dan penyebaran teknologi *game* digital seluler yang lebih besar untuk masyarakat Indonesia di luar komunitas *gamer*. Perkembangan terbaru menunjukkan munculnya kompetisi *Player Unknown Battleground* pada popularitas perangkat seluler dan inaugurasi liga utama pertandingan *Mobile Legends: Bang Bang*.

Penelitian ini bukan tanpa batasan. Ada tiga keterbatasan utama yaitu waktu, peserta, dan bahasan mengenai wacana kritis. Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu yang sangat terbatas yaitu antara 8-28 September 2018 sehingga belum mampu menggambarkan sejarah dinamika pergeseran olahraga elektronik ke peranti *game* digital seluler secara lebih menyeluruh. Selain itu, meskipun Fritz dan Clift telah memberikan proyeksi mengenai masa depan difusi inovasi olahraga elektronik ke dalam peranti *game* digital seluler, namun penelitian ini belum membahas proyeksi tersebut secara mendalam. Keterbatasan waktu menyebabkan *sampling* untuk riset ini juga menjadi minim meskipun sedikitnya ada sepuluh undangan untuk berpartisipasi yang telah didistribusikan, hanya empat yang menyanggupinya. Namun hal ini dibantu oleh kekayaan pengetahuan dan pengalaman serta peran vital peserta penelitian mengenai hal yang mereka kerjakan. Metodologi analisis data juga memperkecil cakupan bahasan penelitian sehingga reproduksi budaya serta peta hubungan kekuasaan dalam ranah olahraga elektronik dan *game* digital seluler tidak banyak dibahas.

Diharapkan terdapat tiga dampak dari

penelitian ini. Dampak pertama adalah dalam bidang akademik studi *game*. Karena penelitian ini bertujuan untuk menguji secara kritis persimpangan antara olahraga elektronik dan budaya *game* digital seluler, temuannya akan berkontribusi pada kekayaan konseptual ilmiah dari kedua fokus penelitian serta membangun pemahaman konseptual yang berbeda dan fokus penelitian berdasarkan fenomena yang disebutkan di atas. Dampak kedua adalah mengenai lokalitas studi *game* digital Indonesia. Studi *game* digital di Indonesia masih relatif kurang diselenggarakan, terutama perihal formulasi teoretis dan studi sosiokultural mengenai *game* digital dari Indonesia jarang menangkap perhatian internasional dan studi kritis lebih lanjut. Akhirnya, dampak ketiga diharapkan aksesibilitas penelitian ini terhadap penggemar *game* digital dari luar komunitas akademik karena bahasanya terhadap fenomena yang sangat populer.

Referensi

- Ahmad, D. (2018). Indonesia Snapshot: The Largest Mobile Games Market in Southeast Asia. Dikutip Juli 25, 2018, dari <https://www.pocketgamer.biz/asia/comment-and-opinion/67665/indonesia-snapshot-the-largest-mobile-games-market-in-southeast-asia/>
- Ashraf, A. (2017). Mobile Mobas are Popular in Southeast Asia, Mobile Legends and Arena of Valor Leading the Way. Dikutip Juli 25, 2018, dari <https://gamer-matters.com/mobile-mobas-are-popular-in-southeast-asia-mobile-legends-and-arena-of-valor-leading-the-way/>
- Atmoko, B., D. (2018). Being the Most Popular Game in Indonesia, Mobile Legends

- Releases Gatotkaca Characters and Game Competitions. Dikutip September 10, 2018, dari <https://gizmologi.com/news/mobile-legends-indonesia/>
- Berida, J. (2017). What's the Deal with Mobile Legends. Dikutip Juli 25, 2018, dari <https://www.gadgetmatch.com/whats-deal-mobile-legends/>
- Bogost, I. (2010). *Persuasive Games*. Cambridge dan London: The MIT Press.
- Borrowy, M. (2017) The Asian Mobile Gaming Marketplace: Context, Opportunities and Barriers. Dalam Jin, D. Y (ed). *Mobile Gaming in Asia: Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Method* 4th Ed. New York, NY: Oxford University Press.
- Choi, J. (2007). All Things Big and Small: Rising Importance of Mobile Media in South Korea. Makalah dipresentasikan pada *China East Asia Media New Media Conferece* pada tanggal 5-6 July 2007 di Queensland University of Technology (QUT), Australia.
- Chua, B.H. (2000). *Consumption in Asia*. London: Routledge.
- Consalvo, M. (2012) Slingshot to Victory: Games, Play and the iPhone. Dalam Snickars, P., Vonderau, P (ed). *Moving Data: iPhone and The Future of Media*. New York: Columbia University Press.
- De Lange, M. (2015) Playing Life in the Metropolis: Mobile Media and Identity in Jakarta. Dalam Frissen, V., Lammes, S., De Lange, M., De Mul, J., dan Raessens, J (eds). *Playful Identities: The Ludification of Digital Media Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Dwyer, T. (2010). *Media Convergence*. Maidenhead: Open University Press.
- Ellwood-Clayton, B. (2006). All We Need is Love – and a Mobile Phone: Texting in the Philippines. Makalah dipresentasikan pada *Cultural Space and Public Sphere in Asia 2006* pada tanggal 15-16 March 2006 di Seoul, Korea.
- Fung, A. (2017) The Impact of the Rise of Mobile Games on the Creativity and Structures of the Game Industry in China. Dalam Jin, D. Y (ed). *Mobile Gaming in Asia: Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer.
- Hjorth, L. (2008). Being Real in the Mobile Reel: a Case Study on Convergent Mobile Media as Domesticated New Media in Seoul, South Korea. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 92-104.
- Hjorth, L. (2009). *Mobile Media in Asia Pacific: Gender and the Art of Being Mobile*. London dan New York: Routledge.
- Hjorth, L., Richardson, I. (2017) Games of Being Mobile: The Unruly Rise of Mobile Gaming in Japan. Dalam Jin, D., Y (ed). *Mobile Gaming in Asia: Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York dan London: New York University Press.
- Jin, D., Y. (2017). The Emerging of Asian Mobile Games: Definitions, Industries. Dalam Jin, D., Y (ed). *Mobile Gaming in Asia: Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer.
- Juul, J. (2009). *A Casual Revolution: Reinventing Video Game and Their Player*. Cambridge, MA dan London: The MIT Press.
- Librianty, A. (2018). Indonesia Penyumbang

- Pengguna Aktif Terbesar untuk Mobile Legends. Dikutip September 10, 2018, dari <https://www.liputan6.com/teknoread/3637149/indonesia-penyumbang-pengguna-aktif-terbesar-untuk-mobile-legends>
- Miles, S. (1998). *Consumerism as a Way of Life*. London: SAGE Publications.
- Otmazgin, N., K. (2008). Contesting Soft Power: Japanese Popular Culture in East and Southeast Asia. *International Relations of the Asia Pacific*, 8, 73-101.
- Patton, M., Q. (1980). *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills, CA dan London: SAGE Publications.
- Richardson, I. (2011). The Hybrid Ontology of Mobile Games. *Convergence: The International Journal Research into New Media Technology*, 17(4), 419-430.
- Richardson, I., Hjorth, L. (2014) Mobile Games: from Tetris to Foursquare. Dalam Goggin, G., Hjorth, L (ed). *The Routledge Companion to Mobile Media*. London: Routledge.
- Robertson, T., S. (1967). The Process of Innovation and the Diffusion of Innovation. *Journal of Marketing* 31(1), 14-19.
- Rojek, C. (2004) Postmodern Work and Leisure. Dalam Haworth, J., T., Veal, A., J (ed). *Work and Leisure*. London dan Kota New York, NY: Routledge.
- Scholz, T., M. (2019). *eSports is Business: Management in The World of Competitive Gaming*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Sicart, M. (2009). *The Ethics of Computer Games*. Cambridge, MA dan London: The MIT Press.
- Siswanto, Y., Purnama, B., E. (2013). Rancang Bangun Aplikasi *Mobile Game* Edukasi Ilmu Pengetahuan Alam Untuk Anak Kelas VI Sekolah Dasar. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* 5(4), 32-37.
- Soegoto, E., S., Adzka, M., R. (2018). Designing Internet Café as An Electronic Sport Athletes Boot Camp in Bandung. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 407, 1-6.
- Stake, R., E. (1998) Case Studies. Dalam Denzin, N., K., Lincoln, Y., S (eds). *Strategies of Qualitative Inquiry*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Sulisworo, D., Toifur, M. (2016). The Role of Mobile Learning on the Learning Environment Shifting at High School in Indonesia. *Int. J. Mobile Learning and Organisation* 10(3), 159-170.
- Taylor, T., L. (2012). *Raising the Stakes: eSports and the Professionalization of Computer Games*. Cambridge: The MIT Press.
- Trisnadoli, A., Muslim, I., & Novayani, W. (2016). Software Quality Requirement Analysis on Educational Mobile Game with Tourism Theme. *Journal of Software* 11(12), 1250-1257.
- Wedeman, A., H. (2003). *From Mao to Market: Rent Seeking, Local Protectionism, and Marketization in China*. New York: Cambridge University Press.
- Widhana, D., H. (2018). Dunia Nyata Atlet Virtual Mobile Legends. Dikutip Mei 09, 2018, dari <https://tirto.id/dunia-nyata-atlet-virtual-mobile-legends-cHTX>
- Winner, L. (1986). *The Whale and the Reactor: A Search for Limits in an Age of High Technology*. Chicago dan London: The University of Chicago Press.