

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Event merupakan kegiatan terstruktur yang dirancang untuk memperingati peristiwa penting dalam konteks individu maupun kolektif, serta umumnya berkaitan dengan adat, budaya, tradisi, atau agama dan melibatkan partisipasi masyarakat (Any Noor, 2013, dalam Yuliani & Fedri, 2019). Secara akademis, *event* memiliki karakteristik, antara lain keunikan yang menandai identitasnya, *perishability* yang menunjukkan sifatnya tidak dapat diulang secara identik, serta *intangibility* yang merujuk pada pengalaman dan persepsi non-fisik partisipan. Selain itu, suasana, kualitas pelayanan, dan interaksi sosial antarpeserta menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan penyelenggaraan *event* (Any Noor, 2013, dalam Yuliani & Fedri, 2019). Keragaman karakteristik *event* mencerminkan bahwa penyelenggaraan *event* dapat terus mengalami transformasi seiring dengan perubahan kebutuhan masyarakat serta dinamika sosial budaya. Perkembangan teknologi dan proses digitalisasi turut memperluas bentuk maupun fungsi *event*, sehingga melahirkan format baru yang tidak hanya berorientasi pada hiburan atau tradisi, tetapi juga mencakup interaksi virtual dan kompetisi digital (Eventdrive, 2024).

Perkembangan teknologi dan digitalisasi memperluas bentuk *event* hingga mencakup interaksi virtual dan kompetisi digital. Salah satu wujudnya adalah *event esports*, yang berada di persilangan antara hiburan dan kompetisi, dengan melibatkan partisipasi aktif pemain, penonton, serta dukungan industri terkait. (Pu et al., 2021). *Event esports* tidak semata berfungsi sebagai ajang kompetisi digital, melainkan juga menjadi wahana interaksi sosial, aktivitas rekreatif, sekaligus sarana pengembangan keterampilan. Dengan demikian, *event esports* dapat dipandang sebagai representasi perkembangan industri *event* modern yang semakin dipengaruhi oleh digitalisasi (Digital Isle of Man, 2023).

Perkembangan industri *esports* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, seiring dengan perluasan akses internet dan kemajuan digitalisasi (Statista, 2023). Salah satu turnamen yang memiliki peranan penting dalam ekosistem ini adalah *Mobile Legends Professional League* (MPL) Indonesia, yang diakui sebagai liga *esports* terbesar dan paling berpengaruh secara nasional (Esports Insider, 2024; ONE Esports, 2024). Pertumbuhan pesat sektor *esports* tersebut juga berdampak pada peningkatan aktivitas pariwisata dan *sport tourism* di Indonesia. Menurut laporan dari Stellar Market Research (2024), pasar *esports* Indonesia diperkirakan mencapai USD 11,75 juta pada tahun 2024 dan akan tumbuh menjadi sekitar USD 18,54 juta pada tahun 2032, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 5,87% selama periode 2025–2032. Pertumbuhan ini mencerminkan peningkatan minat dan partisipasi masyarakat terhadap *esports*, yang tidak hanya berdampak pada industri hiburan digital, tetapi juga berperan sebagai pendorong dalam pengembangan pariwisata berbasis *sport tourism*.

Tabel 1.1 menampilkan sejumlah contoh turnamen *esports* berskala besar yang diselenggarakan di Indonesia pada tahun 2020 sampai 2024. Data ini disajikan untuk menganalisis perkembangan industri *esports* serta keterkaitannya dengan sektor pariwisata.

Tabel 1.1 Aspek Pariwisata dalam Esports di Indonesia

No	Event Esports	Lokasi	Aspek Pariwisata
1.	Piala Presiden Esports (2020)	Jakarta	- Dihadiri atlet dan pendukung dari negara-negara Asia Tenggara seperti Vietnam, Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina, dan Kamboja. (Media Indonesia, 2020). - Diakui sebagai bagian dari <i>sports tourism</i> yang dapat memajukan ekonomi dan pariwisata Indonesia, serta dapat menarik pendukung dari negara-negara peserta, yang akan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan asing ke Indonesia (KINCIR.com, 2020).
2.	Piala Presiden Esports (2021)	Bali	- Pemilihan <i>venue</i> untuk mendukung konsep <i>sports tourism</i>, mempromosikan pariwisata Bali pasca-pandemi COVID-19, serta menggairahkan sektor

No	Event Esports	Lokasi	Aspek Pariwisata
			pariwisata melalui sinergi antara olahraga digital dan destinasi wisata (Kantor Staf Presiden, 2021). - Mengusung konsep artistik “<i>Land of Wonders</i>” yang bertujuan mengenalkan berbagai ragam budaya, keindahan alam, dan nilai-nilai luhur yang menjadi identitas Bangsa Indonesia. Konsep tersebut divisualisasikan dalam seremoni <i>Kick Off</i> Piala Presiden Esports 2021 dengan set panggung bernuansa alam dan ornamen khas Indonesia (Harian Jogja, 2021).
3.	14th IESF World Esports Championships (2022)	Bali	- Membantu memulihkan sektor pariwisata Bali yang terdampak pandemi COVID-19, berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan, wadah promosi budaya Indonesia, dan mendukung ekonomi lokal (Antara News, 2022).
4.	M4 World Championship (2023)	Jakarta	- Meningkatkan visibilitas merek Indonesia di mata dunia, menarik ribuan pengunjung domestik dan internasional ke Jakarta, dan mempromosikan pariwisata serta budaya digital Indonesia di kancah internasional (Sportfive, 2023). - Kehadiran Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno pada acara ini menunjukkan dukungan pemerintah terhadap pengembangan industri esports dan pariwisata berbasis digital (Dunia Games, 2023).
5.	MPL Indonesia Season 14 (2024)	Jakarta dan Bandung	- Menarik perhatian penggemar dari berbagai daerah di Indonesia dan luar negeri secara digital (Ligagame Esports, 2024). - Menarik perhatian audiens global dengan menjadi salah satu event esports yang paling banyak ditonton dalam sejarah (Esports Charts, 2024), hal ini mencerminkan potensi besar dalam promosi pariwisata dengan digitalisasi.

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan data Tabel 1.1, MPL Indonesia *Season 14* merupakan salah satu turnamen *esports* dengan jumlah viewers dan total jam tayang tertinggi di Indonesia. MPL Indonesia *Season 14* mencatat rekor 3.9 juta *peak viewers*, 117.3 juta jam tayang, dan rata-rata 511,550 *viewers* selama 229 jam siaran (Esports Charts, 2024). Pertandingan final antara Team Liquid Aura dan RRQ Hoshi menjadi sorotan utama, dengan hampir 4 juta penonton secara bersamaan, serta mencatat rekor baru di platform TikTok dengan 135,000 *peak viewers*. Prestasi ini menempatkan MPL Indonesia *Season 14* di antara sepuluh turnamen *esports* paling banyak ditonton secara global (Esports Charts, 2024).

Keberhasilan MPL Indonesia *Season 14* dalam mencatat rekor *peak viewers* dan total jam tayang mencerminkan popularitas turnamen yang tinggi secara daring sekaligus menekankan pentingnya strategi penyelenggaraan fisik untuk mengakomodasi peningkatan jumlah penonton. Dalam pelaksanaannya, *regular season* MPL Indonesia *Season 14* tetap digelar di MPL Arena, Jakarta, dengan kapasitas sekitar 1.000 penonton (Liquipedia, 2024), sedangkan babak *playoff* MPL Indonesia *Season 14* dipindahkan ke Eldorado Dome, Bandung, yang mampu menampung hingga 7.000 penonton untuk menyesuaikan dengan tingginya antusiasme audiens (ONE Esports, 2024).

Penyelenggaraan *playoff* MPL Indonesia *Season 14* ditandai oleh tingginya kehadiran penonton di dalam dan di sekitar *venue*, yang mencerminkan minat yang signifikan terhadap turnamen tersebut. Kepadatan audiens menciptakan pengalaman menonton yang kompleks; keterbatasan ruang dan tingkat kebisingan yang tinggi dapat menimbulkan ketidaknyamanan, namun sorakan, interaksi sosial, dan partisipasi aktif penonton juga berkontribusi terhadap penciptaan atmosfer yang meriah serta penguatan semangat kolektif. Dengan demikian, pengalaman menonton dipengaruhi tidak semata-mata oleh kualitas pertandingan, tetapi juga oleh dinamika sosial yang terbentuk selama penyelenggaraan acara. Faktor-faktor atmosfer sosial ini berperan dalam membentuk respons afektif penonton yang bervariasi, mulai dari kepuasan hingga kelelahan emosional, yang selanjutnya memengaruhi intensi perilaku individu terhadap keseluruhan pengalaman menonton (Jang et al., 2020).

Atmosfer sosial dalam konteks *esports* didefinisikan sebagai persepsi penonton terhadap rangsangan lingkungan yang timbul dari kehadiran penonton lain secara bersamaan selama acara berlangsung. Walaupun konsep ini telah banyak diteliti dalam layanan, seperti studi ritel oleh Brocato et al. (2012) yang mengembangkan *other customer perception scale* untuk menilai pengaruh interaksi antar konsumen terhadap intensi perilaku, serta penelitian Uhrich dan Benkenstein (2012) yang menyoroti peran rangsangan sosial dalam layanan olahraga, penerapannya dalam *esports* masih terbatas. Jang et al. (2020) menegaskan bahwa interaksi antarpemonton berkontribusi signifikan terhadap respons afektif, termasuk perasaan kegembiraan. Berdasarkan telaah literatur tersebut, penelitian ini memandang atmosfer sosial dalam penyelenggaraan *esports* sebagai kombinasi dari lima elemen yang dikemukakan Jang et al. (2020), yaitu kepadatan, perilaku sesuai norma, kesamaan minat antarpemonton, cosplay, dan sorakan penonton, yang secara kolektif memengaruhi respon afektif serta intensi perilaku audiens.

Respon afektif penonton dalam turnamen *esports*, seperti MPL Indonesia Season 14, merujuk pada reaksi emosional yang muncul dari interaksi dengan lingkungan acara, termasuk atmosfer sosial dan fisik *venue*. Pendekatan *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) menjelaskan bahwa elemen lingkungan (stimulus) memengaruhi proses internal individu (*organism*), yang selanjutnya menghasilkan respons emosional dan perilaku (*response*) (Jang et al., 2020). Faktor-faktor sosial, seperti kepadatan penonton, perilaku audiens, kesamaan minat, serta sorakan dan interaksi antarpemonton, berperan sebagai stimulus yang membentuk respon afektif dan memengaruhi intensi perilaku penonton. Kualitas lingkungan fisik, termasuk desain fasilitas dan kenyamanan *venue*, turut berkontribusi terhadap respons emosional positif yang meningkatkan kepuasan dan niat penonton untuk menghadiri acara serupa di masa depan (Cerqueira, 2025). Dengan demikian, respon afektif penonton dipengaruhi tidak hanya oleh kualitas pertandingan, tetapi juga oleh dinamika sosial dan kondisi fisik penyelenggaraan, yang secara keseluruhan membentuk persepsi pengalaman menonton dan intensi perilaku.

Intensi perilaku (*behavioral intention*) merujuk pada niat penonton *esports* untuk menghadiri kembali turnamen favorit di masa depan. Dalam kerangka

Stimulus-Organism-Response (S-O-R) (Mehrabian & Russell, 1974, dalam Jang et al., 2020), respons internal, termasuk respon afektif, memengaruhi perilaku pendekatan (*approach*) atau penghindaran (*avoidance*) terhadap lingkungan acara. Perilaku pendekatan yang muncul dari emosi positif dapat terealisasi melalui pengeluaran di lokasi, kunjungan ulang, atau penyebaran rekomendasi positif. Penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan signifikan antara respons afektif dan frekuensi kunjungan (Uhrich & Benkenstein, 2012), pengaruh kepuasan terhadap intensi pembelian tiket (Chen et al., 2013), serta peran kondisi emosional dalam membentuk perilaku pendekatan dan penghindaran (Avan et al., 2019). Selain itu, emosi positif secara signifikan memengaruhi intensi menghadiri acara di masa depan (Jang et al., 2020). Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menelaah pengaruh respon afektif penonton terhadap intensi perilaku, menegaskan hubungan langsung antara pengalaman emosional saat menonton dan intensi perilaku penonton.

Meskipun respon afektif penonton telah dikenali sebagai penggerak potensial bagi intensi perilaku, seperti keinginan untuk kembali menghadiri *event*, merekomendasikannya kepada orang lain, atau menunjukkan loyalitas terhadap *event*, keterkaitan tersebut belum sepenuhnya dibuktikan secara empiris. Beberapa studi sebelumnya telah mengeksplorasi perilaku konsumen dalam ekosistem *esports*, terutama dari perspektif motivasi, pola konsumsi, dan loyalitas penonton (Pizzo et al., 2018), pendekatan yang menekankan pada persepsi terhadap atmosfer sosial dalam *event* fisik *esports* masih relatif terbatas. Padahal, seperti ditunjukkan pada *Playoff* MPL ID Season 14, aspek atmosfer sosial yang muncul secara langsung di *venue* memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman emosional dan kecenderungan perilaku audiens. Atmosfer sosial merujuk pada kumpulan elemen sosial yang muncul selama berlangsungnya suatu acara, termasuk di dalamnya kepadatan audiens, perilaku yang sesuai norma sosial, kesamaan karakteristik antar penonton, serta berbagai bentuk partisipasi aktif seperti cosplay dan sorakan. Menurut Jang et al. (2020), dimensi-dimensi sosial tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman afektif penonton, yang dapat mendorong intensi perilaku seperti keinginan untuk kembali menghadiri acara, terlibat dalam

komunitas, maupun melakukan konsumsi terhadap produk yang berkaitan dengan *esports*.

Berdasarkan kekosongan ini, penelitian ini berfokus pada pertanyaan utama: bagaimana atmosfer sosial di Playoff MPL ID Season 14 memengaruhi respon afektif penonton, dan seberapa kuat pula respon afektif tersebut mengantarkan dampaknya ke intensi perilaku penonton. Di samping itu, hingga kini belum ada penelitian yang secara empiris menjelaskan peran respon afektif sebagai mediator antara atmosfer sosial dan intensi perilaku penonton di konteks nyata *event esports*.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi karena dalam konteks akademik, belum tersedia studi empiris yang mengkaji secara sistematis bagaimana atmosfer sosial ini memengaruhi respon afektif penonton dan selanjutnya memicu intensi perilaku seperti loyalitas, rekomendasi, atau keinginan hadir kembali, serta apakah respon afektif benar-benar berfungsi sebagai mediator antara atmosfer sosial dan perilaku. Dengan demikian, penelitian ini akan menghadirkan kontribusi ilmiah dengan mengeksplorasi hubungan sebab-akibat yang nyata dari variabel-variabel tersebut dalam salah satu *event esports* terbesar di Indonesia, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi penyelenggara dalam meningkatkan kualitas pengalaman penonton dan loyalitas audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepadatan terhadap respon afektif dalam *event esports*?
2. Bagaimana pengaruh perilaku yang sesuai terhadap respon afektif dalam *event esports*?
3. Bagaimana pengaruh kesamaan terhadap respon afektif dalam *event esports*?
4. Bagaimana pengaruh aktivitas *cosplay* terhadap respon afektif dalam *event esports*?
5. Bagaimana pengaruh perilaku bersorak terhadap respon afektif dalam *event esports*?
6. Bagaimana kontribusi respon afektif terhadap intensi perilaku penonton?

7. Apakah respon afektif berperan sebagai mediator dalam hubungan antara atmosfer sosial dan intensi perilaku?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepadatan terhadap respon afektif penonton dalam *event esports*.
2. Untuk menganalisis pengaruh perilaku yang sesuai terhadap respon afektif penonton dalam *event esports*.
3. Untuk menganalisis pengaruh kesamaan terhadap respon afektif penonton dalam *event esports*.
4. Untuk menganalisis pengaruh aktivitas *cosplay* terhadap respon afektif penonton dalam *event esports*.
5. Untuk menganalisis pengaruh perilaku bersorak terhadap respon afektif penonton dalam *event esports*.
6. Untuk menilai kontribusi respon afektif terhadap intensi perilaku penonton dalam *event esports*.
7. Untuk menguji peran mediasi respon afektif dalam menjembatani hubungan antara atmosfer sosial dan intensi perilaku.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai bidang, terutama terkait dengan pengembangan industri *esports* yang berpengaruh pada sektor pariwisata, ekonomi kreatif, dan penyelenggaraan acara di Indonesia. Manfaat dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen *event*, pariwisata, dan perilaku konsumen. Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang hubungan antara atmosfer sosial, respon

afektif, dan intensi perilaku dalam konteks penyelenggaraan *event esports*, yang masih relatif baru di Indonesia. Penelitian ini juga mengadopsi dan menguji kerangka teori Stimulus–Organism–Response (SOR), sehingga dapat memperkaya aplikasi teori tersebut pada ranah *event* pariwisata modern dan kegiatan hiburan digital. Selain itu, temuan konseptual dari penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji dinamika sosial, psikologis, dan perilaku penonton pada *event-event* serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para penyelenggara *event esports*, manajer venue, dan pelaku industri pariwisata dalam merancang dan mengelola *event* yang mampu meningkatkan pengalaman positif dan keterlibatan penonton. Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mengidentifikasi aspek-aspek sosial yang perlu diperhatikan guna menciptakan atmosfer *event* yang kondusif, meningkatkan respon emosional penonton, dan mendorong niat perilaku positif seperti kunjungan ulang atau rekomendasi kepada orang lain. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak terkait dalam pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan *event esports* yang lebih profesional, inovatif, dan berdampak terhadap pertumbuhan industri pariwisata di era digital.

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada analisis atmosfer sosial, respon afektif, dan intensi perilaku peserta serta penonton dalam penyelenggaraan *event esports*. Penelitian ini fokus pada bagaimana interaksi sosial dan suasana yang tercipta selama *event esports* memengaruhi pengalaman emosional dan niat perilaku penonton, seperti keinginan untuk kembali menghadiri atau merekomendasikan *event* tersebut. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji *esports* sebagai bagian dari fenomena pariwisata berbasis *event* (*event tourism*), di mana *event esports* berperan sebagai daya tarik wisata yang mampu menarik penonton lokal maupun internasional. Ruang lingkup geografis penelitian dibatasi pada *event*

esports yang diselenggarakan di wilayah tertentu, yaitu Kota Bandung, untuk memberikan fokus yang jelas dan mendalam. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis permainan *esports*, manajemen tim, atau aspek hukum terkait industri *esports*, melainkan menitikberatkan pada pengalaman sosial dan psikologis peserta serta dampaknya terhadap perilaku penonton/penonton dalam konteks pengembangan pariwisata dan *event*.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengikuti prosedur penulisan yang terstruktur sesuai dengan pedoman karya tulis ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2024. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman bagi pembaca dan penulis.

- BAB I: PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

- BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Di dalam bagian ini, terdapat uraian mengenai teori dan penelitian sebelumnya yang relevan, yang berfungsi sebagai dasar untuk mendukung penelitian ini. Selain itu, bagian ini juga mencakup kerangka teori dan konsep yang menjadi landasan penelitian.

- BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, termasuk jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta prosedur analisis data.

- BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan atau hasil penelitian dalam bentuk teks, tabel, atau grafik, serta memberikan interpretasi dan analisis terhadap hasil tersebut. Hasil penelitian akan dikaitkan dengan teori atau penelitian sebelumnya.

- BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bagian ini, penulis menyajikan ringkasan hasil penelitian dan menjawab rumusan masalah. Bagian ini juga memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya atau implikasi praktis dari temuan yang diperoleh.

- DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini mencantumkan referensi atau sumber-sumber yang dikutip dalam skripsi, disusun sesuai dengan format sitasi yang ditetapkan oleh institusi.

- LAMPIRAN

Di dalam bagian ini, terdapat informasi tambahan seperti kuesioner, transkrip wawancara, data mentah, atau dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.