

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atmosfer sosial terhadap respon afektif penonton dalam event esports, serta menilai peran respon afektif dalam membentuk intensi perilaku audiens. Berdasarkan analisis, hasil menunjukkan bahwa kepadatan (crowding) dan perilaku sesuai norma tidak berpengaruh signifikan terhadap respon afektif, yang mengindikasikan bahwa jumlah penonton maupun kepatuhan terhadap aturan formal bukan faktor utama dalam membentuk pengalaman emosional.

Sebaliknya, faktor kesamaan identitas, aktivitas cosplay, dan perilaku bersorak (cheering) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan. Kesamaan identitas menciptakan rasa kebersamaan dan solidaritas di antara penonton, cosplay memperkaya pengalaman visual dan budaya, sedangkan sorakan kolektif menumbuhkan energi emosional yang menular, sehingga ketiga dimensi ini berkontribusi pada keterlibatan emosional yang lebih intens.

Respon afektif terbukti mendorong intensi perilaku penonton secara signifikan. Emosi positif yang muncul selama event, seperti antusiasme dan rasa kebersamaan, meningkatkan keinginan audiens untuk menghadiri kembali, merekomendasikan event kepada orang lain, serta tetap aktif dalam ekosistem esports. Dengan demikian, respon afektif berfungsi sebagai prediktor utama loyalitas dan partisipasi penonton.

Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa respon afektif berperan sebagai mediator dalam hubungan antara atmosfer sosial dan intensi perilaku. Suasana sosial yang tercipta dalam event hanya memengaruhi niat penonton secara efektif jika terlebih dahulu membentuk pengalaman emosional. Temuan ini menekankan pentingnya penciptaan atmosfer sosial yang mendukung keterlibatan emosional bagi strategi pengembangan event esports yang berkelanjutan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, keterbatasan waktu dan akses membuat pengumpulan data hanya dapat dilakukan dalam rentang waktu tertentu, sehingga kemungkinan tidak mencerminkan dinamika yang terjadi di luar periode tersebut. Kedua, cakupan penelitian dibatasi pada satu lokasi dan satu event esports, yaitu *Playoff MPL ID Season 14*, sehingga temuan yang diperoleh belum dapat digeneralisasi secara menyeluruh ke berbagai jenis *event esports* lainnya maupun *event offline* secara umum. Ketiga, penggunaan teknik *purposive sampling* dianggap sesuai dengan konteks penelitian, namun tetap memiliki keterbatasan dalam hal representativitas karena tidak melibatkan proses pemilihan sampel secara acak. Terakhir, penelitian ini belum mengakomodasi keberadaan variabel moderator, seperti karakteristik demografis responden, yang mungkin memiliki pengaruh terhadap persepsi individu terhadap atmosfer sosial dalam *event*.

5.3 Implikasi Penelitian

Secara Teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur manajemen *event*, khususnya dalam konteks *esports* yang masih relatif baru. Dengan menggunakan kerangka *Stimulus–Organism–Response* (SOR), penelitian ini mengonfirmasi bahwa elemen sosial seperti kesamaan, *cosplay*, dan perilaku bersorak dapat memicu respon afektif dan memengaruhi intensi perilaku penonton. Temuan ini menegaskan relevansi model SOR dalam audiens *digital-native* dan menyoroti pentingnya dimensi budaya komunitas, seperti *cosplay*, yang jarang diangkat dalam studi *event* olahraga konvensional. Selain itu, studi ini membuka ruang eksplorasi lebih lanjut mengenai kekuatan relatif dari masing-masing elemen sosial dalam membentuk pengalaman emosional.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan arahan bagi penyelenggara event *esports* untuk merancang atmosfer sosial yang mampu meningkatkan keterlibatan emosional penonton. Penekanan pada aktivitas seperti *cosplay*, area sorak bersama, dan representasi komunitas yang beragam terbukti dapat memperkuat identitas kolektif dan meningkatkan intensi perilaku. Meskipun kepadatan dan norma

perilaku tidak signifikan secara statistik, hal ini menunjukkan fleksibilitas norma dalam komunitas *esports*, asalkan kenyamanan dasar tetap terjaga. Terakhir, karena intensi perilaku dipengaruhi oleh pengalaman emosional, strategi komunikasi *event* sebaiknya juga menyentuh sisi emosional audiens, bukan hanya aspek teknis.

5.4 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu memperluas cakupan jenis event *esports* yang diteliti, baik secara *online* maupun *offline*, guna memperoleh perbandingan yang lebih komprehensif. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) juga direkomendasikan agar peneliti dapat menangkap dimensi motivasi dan pengalaman afektif secara lebih mendalam. Selain itu, penambahan variabel demografis atau psikografis sebagai moderator atau variabel kontrol akan memperkaya analisis terhadap perilaku penonton dari berbagai segmen. Penggunaan data longitudinal juga dinilai penting untuk melihat perubahan intensi perilaku penonton dari waktu ke waktu pasca mengikuti *event*.

Saran untuk penyelenggara *event*, hasil penelitian ini menyarankan pentingnya menyediakan ruang bagi ekspresi komunitas seperti aktivitas cosplay, booth interaktif, dan zona sorak untuk meningkatkan atmosfer sosial yang berkesan. Aktivitas berbasis komunitas juga dapat dimanfaatkan untuk mendorong identifikasi sosial antar peserta, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan emosional. Selain itu, evaluasi terhadap desain *event* dari perspektif *user experience* sosial sebaiknya menjadi bagian integral dalam perencanaan strategis. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini membuka peluang eksplorasi lebih lanjut, seperti membandingkan lokasi dan waktu penyelenggaraan, menggunakan pendekatan kualitatif, menganalisis segmentasi audiens, serta mengintegrasikan variabel baru seperti loyalitas terhadap *brand event*, kepuasan pengalaman, atau keterlibatan dalam komunitas daring.