

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Literatur Reviu

Dalam penelitian yang penulis lakukan, penulis akan meninjau beberapa literature yang terkait dengan permasalahan penelitian.

Literature Riview yang ke-1, membahas dari Jurnal yang berjudul *Esport SEBAGAI SUMBER SOFT POWER INDONESIA: SOSIALISASI KEPADA ANAK MUDA* oleh Junita Budi Rachman, Dkk, Departemen Hubungan Internasional Universitas Padjadjaran, Jatinangor. Meneliti dan menyimpulkan bahwa, pemerintah republik Indonesia sedang menaruh perhatiannya kepada *e-sports*. *E-sports* dianggap bagian dari industri kreatif dan hiburan yang sedang dikembangkan untuk mendukung pembangunan nasional. Indonesia memiliki Sumber daya manusia yang berpotensi dari anak-anak mudanya. Yang dimana anak-anak muda ini tidak hanya sebagai konsumen dan target bisnis, tetapi sebagai pencipta dan aktor *e-sports*. Melalui mereka, *e-sports* nasional akan berkembang dan juga memberikan berkontribusi pada ekonomi digital Indonesia. berhubungan dengan menemukan Sumber soft power baru, Indonesia mengharapkan esports nasional nya sebagai sarana dan tujuan prestasi internasional. Dalam upaya merealisasikan hal ini, pemerintah berinvestasi sebagai regulator dan fasilitator Terhadap kegiatan *e-sports* di negaranya. yang termasuk mengeluarkan peraturan Menteri Nomor 11 Tahun 2016 tentang Klasifikasi Umum Game Interaktif Elektronik, dan tampil di berbagai kompetisi eSports, seperti turnamen piala Presiden, kejuaraan National Youth Esports

Championship dan Seri Universitas IEC 2019. Dengan ini, arah dan Manfaat eSports untuk bangsa Indonesia, peningkatan dan pengembangannya diperlukan upaya. secara khusus membangun pilar utamanya, yang dimana itu generasi pemain muda *e-sport* Indonesia yang berbakat dan juga memiliki kualitas internasional. Hal lain yang perlu dilakukan menghilangkan semua stigma sikap negatif terhadap video game atau eSports. menginspirasi mereka untuk mendukung perkembangan esports di tanah air. *E-sport* memberikan manfaat positif bagi individu, Kolektif individu atau lembaga dan bangsa. Bagi Indonesia, manfaat esports berpotensi untuk menjadi sumber soft power. (Junita Budi Rachman, 2020)

Literature Riview yang ke-2, membahas dari hasil skripsi yang berjudul ***UPAYA ASOSIASI DAN MNC DALAM MENJADIKAN E-SPORT SEBAGAI OLAHRAGA OLIMPIADE*** oleh Jalud Arie Brahmantyo, Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember meneliti dan menyimpulkan bahwa, asosiasi *e-sport* memiliki peran yang penting untuk mewadahi para komunitas dan atlet-atlet. sedangkan perusahaan akan menjadi salah satu faktor pendukung dimana akan menjadi sponsor terhadap event yang akan berlangsung. Asosiasi dan perusahaan yang bergerak di bidang *e-sport* berupaya untuk menjadikan *e-sport* menjadi salah satu olahraga olimpiade dengan cara meyakinkan para negara yang menjadi tuan rumah olimpiade. Upaya dari asosiasi dan perusahaan ini membuahkan respon dari *Internasional Olympic Commite* (IOC), bahwa IOC akan membahas persoalan *e-sport* ini kedalam KTT olimpiade ke-6 dimana mereka akan melakukan investigasi lebih dalam terhadap asosiasi, perusahaan dan atlet-atlet di bidang *e-sport*. (Brahmantyo, 2018)

Literature Review yang ke-3, membahas dari hasil skripsi yang berjudul ***STRATEGI IESPA (INDONESIA E-SPORTS ASSOCIATION) DALAM MENKAMPANYEKAN E-SPORTS DI INDONESIA*** oleh Firdan Rastama Faherty, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, meneliti dan menyimpulkan bahwa, IeSPA melakukan kampanye *e-sport* di Indonesia yang bertujuan mengubah pandangan masyarakat yang belum paham mengenai *e-sport* dan meregulasi *e-sport* yang ada di Indonesia. Dalam pelaksanaannya IeSPA menjalankan event ataupun turnamen yang berskala nasional maupun internasional yang kemudian pelaksanaan event ini di evaluasi lebih lanjut untuk mencari kekurangan dari pelaksanaannya dan bisa membuat event yang lebih baik dan efektif kedepannya. Selain melaksanakan event, IeSPA bekerjasama dengan media untuk mempromosikan tentang IeSPA seputar Esports. IeSPA juga membangun hubungan dengan komunitas eSports di Indonesia dengan memberikan dukungan kepada komunitas yang ingin membuat acara dan turnamen eSports, dan IeSPA juga mengajak komunitas untuk berpartisipasi dalam acara dan turnamen yang dibuat oleh IeSPA untuk menjaga hubungan baik antara IeSPA dan komunitas. (Faherty, 2018)

Literature Review yang ke-4, membahas dari hasil skripsi yang berjudul ***KAJIAN REFERENSI E-SPORT DALAM RANAH OLAHRAGA (Tinjauan Mengenai Aspek Sosial, Budaya, Ekonomi, Fisiologis, dan Filosofi Olahraga)*** oleh Yudha Bela Persada, Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang, meneliti dan menyimpulkan bahwa, *e-sport* merupakan sarana hiburan dan rekreasi dengan aspek budaya olahraga yang kemudian esport akan berdampak pada perkembangan teknologi. selain itu juga

dalam aspek ekonomi menyatakan bahwa esport dikatakan adanya keuntungan finansial dari kegiatan komersial, pemasaran, dan strategi bisnis, maka dari itu bahwa dengan mengedepankan kebutuhan konsumen, invasi esport ini digunakan sebagai kompetisi nasional yang membawa nama baik negara sehingga adanya keterlibatan pihak sponsor luar yang berinvestasi pada tim tim esport dalam negeri. (Persada, 2020)

## **2.2. Kerangka Teoritis**

Kerangka teoritis merupakan suatu gambaran yang berisi penjelasan tentang segala sesuatu yang dijadikan sebagai bahan penelitian berdasarkan temuan terhadap suatu penelitian. Kerangka teoritis pada umumnya mengandung hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, adanya hubungan sebab akibat antara dua maupun lebih dari dua variabel tersebut. Penulis menggunakan kerangka teoritis untuk memudahkan memahami variabel-variabel yang mengarah kepada pembentukan penelitian yang akan penulis susun. Oleh karena itu penulis akan memberikan beberapa teori yang berhubungan dengan penelitian diantara lain diplomasi, *Nation Branding*, soft power, iespa dan *Mobile Legend*.

### **2.2.1 Soft Power**

Menurut Nye, kekuasaan adalah kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Dengan cara menggunakan hard power atau menggunakan soft power. *Soft power* mengacu pada kapabilitas untuk menciptakan preferensi negara lain dengan cara menarik pihak tersebut daripada menggunakan dengan cara paksaan (Nye, 2004). Daya tarik yang dihasilkan oleh soft power bersumber pada aspek budaya, nilai-nilai

(politik, sosial, dll) dan kebijakan yang dimiliki oleh suatu negara. Soft power dapat digunakan tidak hanya oleh negara tetapi juga oleh semua aktor dalam politik internasional, seperti LSM atau organisasi internasional (Nye, 2004). Hal itu juga dianggap sebagai wajah kedua dari kekuasaan yang secara tidak langsung memungkinkan suatu negara untuk mendapatkan hasil yang diinginkannya.

Dalam tulisannya yang berjudul "How Soft Power Works", Alexander Vuving mengusulkan konsep "soft power currencies". Vuving mengatakan soft power currencies adalah bagaimana soft power mencapai kepada penerima (Vuving, 2009). Dengan kata lain, dalam pelaksanaannya soft power harus sampai kepada penerima, dalam hal ini masyarakat. Vuving mengidentifikasi terdapat tiga soft power currencies, yang pertama, beauty yang merupakan resonansi dari norma dan tujuan bersama. Kedua, brilliance yang merupakan daya tarik yang datang dengan kemampuan dan kesuksesan. Yang ketiga, benignity yang merupakan kebaikan yang terlihat dari perilaku dan sikap (Vuving, 2009).

### **2.2.2 Nation Branding**

Dalam mewujudkan kepentingan yang diinginkan oleh suatu negara, negara membutuhkan sebuah daya tarik. Salah satu faktor yang paling penting dalam menambah daya tarik sebuah negara adalah melalui reputasi dan citra dari sebuah negara. Untuk mendapatkan citra dan reputasi yang baik, *Nation Branding* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh sebuah negara. Anholt mengatakan, dalam *Nation Branding* suatu negara, citra merupakan aset yang penting dari suatu brand untuk memperluas identitas kompetitif negara tersebut (Anholt, 2007). Bisa dibilang bahwa *Nation Branding* akan memberikan citra

terhadap suatu negara di dalam dunia internasional. Citra baik yang didapatkan suatu negara akan mudah menarik perhatian dari negara lain dalam memberi pandangan negara tersebut. Hal tersebut akan membuat bermanfaat bagi negara dalam melaksanakan kepentingan nasionalnya. Selain itu, Simon Anholt juga menjelaskan enam aspek yang penting terhadap reputasi suatu negara, antara lain: ekspor, pemerintahan, budaya dan warisan, manusia (SDM), pariwisata, dan investasi serta imigrasi (Yee, 2006). dari kalimat tersebut bisa kita lihat bahwa manusia (SDM) merupakan salah satu hal terpenting dalam reputasi sebuah negara. Secara sederhana, *Nation Branding* bertujuan untuk mengukur, membangun dan mengelola reputasi negara. Dalam tulisan ini, konsep *Nation Branding* digunakan untuk menjelaskan pentingnya bagi suatu negara.

### **2.2.3 Diplomasi**

Menurut S.L Roy tujuan diplomasi dilakukan untuk menjaga dan memajukan kepentingan suatu negara yang dilaksanakan secara damai (Roy, 1991). Setiap negara di dunia memiliki kepentingan nasionalnya masing-masing. Untuk mencapai kepentingan nasional tersebut, negara tidak mungkin dapat mencapainya sendiri, sehingga negara perlu bekerjasama dengan negara lain dengan cara diplomasi. Selain untuk mewujudkan kepentingan nasional suatu negara, menjaga perdamaian dunia juga membutuhkan diplomasi. Secara singkat S.L Roy mengatakan diplomasi memiliki tujuan untuk (acquisition) menciptakan hubungan yang baik dengan negara lain dan (preservation) menjaga hubungan diplomatik dengan negara lain.

Perkembangan dunia internasional ditandai dengan berkembangnya aktor dan isu-isu di dalam perkembangan hubungan internasional. Permasalahan dalam hubungan internasional pada masa lalu terfokus pada masalah keamanan, politik dan ekonomi. Saat ini masalah sosial dan budaya juga mempengaruhi berbagai masalah yang menjadi perhatian masyarakat internasional, tidak hanya masalah nasional, tetapi juga isu-isu internasional. Soft diplomacy adalah jenis diplomasi yang mengadopsi soft power, yaitu suatu negara mengadopsi metode non-militer seperti metode sosial atau budaya untuk mencapai kepentingan nasional (Alexandra & Mujiono, 2019). Pendekatan soft diplomasi yang dilakukan mencegah adanya konflik dan menciptakan sebuah perdamaian.

Salah satu jenis diplomasi yaitu diplomasi publik. Secara umum, diplomasi publik merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah ketika berhadapan dan berkomunikasi dengan publik asing. Yang tujuannya yaitu dapat mempengaruhi perilaku negara yang bersangkutan dan memfasilitasinya. Sebagaimana menurut Tutt, diplomasi publik adalah pelaksanaan pengaruh melalui komunikasi dengan masyarakat umum di negara lain, daripada mencoba mempengaruhi pemerintah negara secara langsung (Tutt, 2013). Sementara itu, Jan Mellisen menyatakan bahwa diplomasi publik adalah upaya untuk mempengaruhi orang atau organisasi lain di luar negaranya sendiri secara positif, sehingga mengubah persepsi masyarakat terhadap suatu negara (Melissen, 2006). Berdasarkan kedua teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik dapat didefinisikan sebagai upaya yang disponsori pemerintah yang bertujuan untuk berkomunikasi langsung dengan publik asing untuk membangun dialog yang dirancang untuk

menginformasikan dan mempengaruhi dengan tujuan agar publik asing ini mendukung tujuan strategi pemerintah.

Salah satu bentuk diplomasi publik adalah di bidang olahraga. Olahraga dipergunakan sebagai alat *soft power* atau komponen dalam menjalankan diplomasi (Abdi, 2019). Baik itu dalam skala internasional maupun skala nasional, informal maupun formal, dalam upaya pembentukan nama baik dan membangun kepercayaan (Nygård, 2013). Olahraga pun dapat membangun perdamaian dan pembangunan negara (Schoech, 2013). Contohnya olahraga pada suatu *sport mega event* (SME) sebagai alat *soft power* khususnya untuk negara penyelenggara (Grix, 2015). Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa Olahraga merupakan salah satu alat yang digunakan dalam menjalankan diplomasi publik sebagai alat soft power yang bertujuan dalam upaya pembentukan nama baik negara dan membangun kepercayaan negara lain yang pada akhirnya dapat membangun perdamaian dan pembangunan negara.

#### **2.2.4 Indonesia *e-sport* Association (IESPA)**

Indonesia Esports Association (IeSPA) dibentuk pada tanggal 19 Desember 2012 sebagai media pembinaan dalam mewujudkan aspirasi, partisipasi, rekreasi, apresiasi dan prestasi komunitas *e-sport* di Indonesia (IeSPA, t.thn.). Pada awal pembentukannya IeSPA dibantu oleh FORMI untuk bergabung dengan International Esports Federation (IESF). Setelah resmi menjadi anggota darai IESF, pada tahun 2015, IESPA mengirimkan tim *e-sports* nasional pertamanya untuk mengikuti Kejuaraan Dunia *E-sports* IESF 2015 di Busan. Pada tahun 2016, pada TAFISA World Sports Games International Event ke-6 di Jakarta, IESPA, dengan



bantuan Kementerian Pemuda dan Olahraga dan JATGOC (Jakarta Tafisa Games Organizing Committee), Indonesia mencoba menawarkan dirinya untuk menjadi tuan rumah daripada Kejuaraan Dunia eSports IESF. Pada akhirnya Indonesia berhasil menjadi tuan rumah kejuaraan tersebut dan esport yang dibawah naungan IeSPA berhasil menjadikan cabang olahraga dengan peserta internasional terbanyak, menjangkau 33 negara dengan 400+ peserta.

Juga pada tahun 2016, IESPA mengirimkan tim esports ke ASEAN Esports Games (AGES) di Kuala Lumpur, Malaysia. Ajang ini merupakan kali pertama tujuh asosiasi *e-sports* dari negara-negara Asia Tenggara berkumpul, dan sekaligus menjadi cikal bakal masuknya *e-sports* secara resmi ke dalam *SEA games*. Pergeseran eSports dari olahraga rekreasi ke olahraga prestasi terjadi pada tahun 2018, ketika diumumkan bahwa eSports akan dimainkan sebagai olahraga demonstrasi untuk Asian Games 2018. Pada Februari 2018, IESPA diterima sebagai anggota tetap Komite Olimpiade Indonesia (KOI) melalui Sidang Umum KOI. Pada tahun yang sama, IESPA diterima sebagai anggota tetap Asian Esports Federation (AESF).

Pada ajang Demonstrasi Esports Asian Games 2018, IESPA bergandengan tangan dengan NOC Indonesia, INASGOC dan AESF untuk menyukseskan acara ini. Dalam kompetisi itu, Indonesia mencatat sejarah sebagai runner-up dengan 1 emas dan 1 perak. Di tahun 2019, eSports akhirnya resmi menjadi event resmi *SEA games* Filipina 2019, dan Timnas Indonesia berhasil meraih 2 medali perak di bawah binaan IESPA, yakni tokoh *Mobile Legends* dan *AOV*. Sebagai federasi resmi yang diakui oleh Olympic Council of Asia, AESF bertindak sebagai pengawas dan pengawas dalam *SEA games* 2019. Hanya anggota AESF yang

berhak mengirimkan atlet untuk mengikuti ajang *SEA games* dan Asian Games mendatang. (IeSPA, t.thn.)

### **2.2.5 *Mobile Legend***

*Mobile Legend* yang biasa disebut ML atau MLBB merupakan game mobile multiplayer online battle arena (MOBA) yang dikembangkan dan diterbitkan oleh Moonton yang dirilis pada tahun 2016, permainan ini semakin populer di seluruh dunia, paling menonjol di Asia Tenggara (Racoma, 2021). Pada dasarnya, permainan ini mengadu 2 tim yang terdiri dari 5 tim satu sama lain secara real time dengan setidaknya kurang lebih 10 menit pertandingan. Menampilkan gameplay arena pertempuran, pemain harus memperebutkan tiga jalur untuk mengambil tower musuh dan mempertahankan tower mereka sendiri. Seperti MOBA klasik lainnya, tidak ada pelatihan pahlawan untuk naik level atau membayar untuk bermain, tim yang menang dan tim yang kalah ditentukan berdasarkan keterampilan, kemampuan, dan strategi (IGN, 2021).

Moonton telah memasuki kancah esports dengan membuat beberapa turnamen regional yang dijuluki sebagai *Mobile Legends: Bang Bang Professional League (MPL)* yang ada di Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Kamboja, dan Myanmar yang berfungsi sebagai kualifikasi untuk Kejuaraan Dunia *Mobile Legends* di mana total 15 wilayah/negara, termasuk Jepang, Rusia, Turki, Brazil dan Amerika Serikat, telah berpartisipasi sejauh ini (Rossel, 2021). game *Mobile Legend* pun masuk diantara 6 game yang dipilih untuk perebutan medali pertama kompetisi esports di Pesta Olahraga Asia Tenggara 2019 yang diadakan di Filipina (Tuting, 2019).

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penulisan penelitian yang berawal dari latar belakang sampai kepada kerangka teoritis, penulis akan mengusulkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**“Peran IeSPA sebagai sarana untuk meningkatkan perkembangan *Nation Branding* Indonesia melalui esport *Mobile Legend* di wilayah Asia Tenggara, yang ditandai dengan medali perak yang didapatkan beberapa atlet *e-sport* sebagai pemain profesional yang mewakili nama Indonesia”**

### 2.4 Verifikasi Variable dan Indikator

Variabel dalam Hipotesis (Teoritik)	Indikator (Empirik)	Verifikasi (Analisis)
<b>Variabel Bebas:</b> Peran IeSPA dalam perkembangan <i>Mobile Legend</i> di Asia Tenggara.	Mendapatkan respon positif dari pemerintah Indonesia dan memberikan dukungan terhadap esport agar	Berdirinya IeSPA merupakan salah satu bentuk respon dan dukungan terhadap perkembangan esport <i>Mobile Legend</i> agar terus berkembang lebih baik lagi.  <a href="http://www.iespa.or.id/sejarah-perkembangan/">http://www.iespa.or.id/sejarah-perkembangan/</a>

	terus berkembang.	
Variabel Terikat: Meningkatnya <i>Nation Branding</i> Indonesia melalui esport <i>Mobile Legend</i> di kawasan Asia tenggara.	Adanya turnamen yang dilakukan oleh developer game berskala internasional untuk mencari atlit terbaik.	Esport <i>Mobile Legend</i> telah resmi diturnamenkan pada <i>SEA games</i> 2019. <a href="https://www.liputan6.com/regional/read/3891563/mobile-legend-resmi-jadi-cabor-di-sea-games-dan-asian-games">https://www.liputan6.com/regional/read/3891563/mobile-legend-resmi-jadi-cabor-di-sea-games-dan-asian-games</a>

## 2.5 Skema dan Alur Penelitian

