

Hubungan Antara Media GGWP.ID dengan Kebutuhan Informasi Gamers di Bandung

M Fikri Syahri Aulia, Aziz Taufik Hirzi
Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
fikriahmadalbar@gmail.com, aziztaufik@gmail.com

Abstract—This research is motivated by the increasing number of online game players in Indonesia, but online media which discuss online games are still lacking. The increasing number of online game players, supported by the birth of several online game community players, one of them is Moonwake Community. The community was born in Bandung and was attended by 120 people. There are several online media that discuss online games, one of which is GGWP.ID. The media utilizes the presence of new media to convey its messages online. GGWP.ID discusses everything related to online games, so that it can help online game players find the information they need. The purpose of this study is to determine whether or not there is a relationship between GGWP.ID media and Moonwake Community's information needs. The methodology used in this study is quantitative with a correlation approach. The theory used is the uses and gratification theory. The results of this study will indicate whether or not there is a relationship between GGWP.ID media and Moonwake Community's information needs.

Keywords—Online Media, Quantitative, Correlation, Uses and Gratification Theory.

Abstrak—Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin bertambahnya jumlah pemain game online di Indonesia, namun media online yang membahas mengenai game online masih minim kehadirannya. Bertambahnya jumlah pemain game online, didukung dengan lahirnya beberapa komunitas pemain game online salah satunya Moonwake Community. Komunitas tersebut lahir di Bandung dan diikuti oleh 120 orang. Terdapat beberapa media yang secara online membahas mengenai game online, salah satunya GGWP.ID. Media tersebut memanfaatkan kehadiran media baru untuk menyampaikan pesan-pesannya secara online. GGWP.ID membahas segala sesuatu yang berkaitan dengan game online, sehingga dapat membantu para pemain game online untuk mencari informasi yang mereka butuhkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara media GGWP.ID dengan kebutuhan informasi Moonwake Community. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasi. Teori yang digunakan adalah teori uses and gratification. Hasil penelitian ini akan menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antara media GGWP.ID dengan kebutuhan informasi Moonwake Community.

Kata kunci—Media Online, Kuantitatif, Korelasi, Teori Uses dan Gratifikasi.

I. PENDAHULUAN

Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang berarti tengah, perantara atau pengantar. Media, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”, secara etimologi berarti perantara atau pengantar [1]. Media adalah seluruh bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, dan pendapat yang kemudian dapat dikemukakan kepada penerima yang dituju [2]. Media merupakan perantara atau penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk.

Media adalah alat atau medium yang berdasarkan kepada hasil produk teknologi modern sebagai saluran untuk membantu jalannya komunikasi massa, bukan hasil media tradisional seperti wayang, ludruk, dan lain sebagainya. Media massa modern terbagi menjadi dua yaitu media massa yang tercetak dalam sebuah kertas (media cetak) contohnya majalah, surat kabar, dan lain sebagainya, serta media yang terdiri dari perangkat mesin (media elektronik) contohnya radio dan televisi [3]. Dengan begitu, media merupakan salah satu dari produk teknologi terbaru atau modern yang dapat membantu menyampaikan informasi terkini untuk kepentingan khalayak.

Pada era digital saat ini, terdapat beragam pilihan media yang dapat digunakan seperti televisi, koran, hingga media online. Untuk memenuhi kebutuhan informasi, khalayak umumnya lebih memilih media yang mudah dan cepat diakses. Sebagian besar khalayak menggunakan alat teknologi untuk mengakses internet dan mendapatkan informasi terkini seperti smartphone, atau sejenisnya. Dengan begitu, pengiriman pesan atau komunikator dapat lebih mudah untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Seiring berkembangnya teknologi, khalayak pun harus ikut berkembang jika tidak ingin tertinggal informasi. Begitu pun dengan media-media penyebar berita resmi yang beralih ke media online. Saat ini sudah banyak situs-situs berita di ruang cyber yang menjadi pilihan bagi khalayak untuk mengakses informasi. Mulai dari media yang biasa saja hingga media yang sudah besar namanya. Dengan begitu, media massa memiliki produk baru dengan

lahirnya situs-situs berita di ruang cyber. Situs-situs tersebut biasanya disebut Portal Berita. Portal berarti situs atau halaman web, sedangkan berita berarti sebagai informasi terbaru mengenai peristiwa yang sedang terjadi. Jadi, portal berita dapat didefinisikan sebagai situs atau halaman web yang berisi mengenai berbagai jenis berita.

Melihat adanya portal berita pada ruang cyber seperti itu maka muncul istilah jurnalistik online atau dapat disebut juga cyber journalism, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (web journalism) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism – radio dan televisi) [4].

Media online disebut juga cyber media, internet media (media internet), dan new media (media baru) dan dapat diartikan sebagai media yang dikemas secara online pada situs web (website) internet. Secara teknis, media online adalah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Produk-produk dari media online adalah portal, website, radio streaming, media sosial, dan email (Romli, 2012:30).

Kesimpulannya, media adalah alat untuk menyampaikan informasi dan menyalurkan pesan kepada penerima dari pengirimnya, sehingga dapat memicu pikiran, perasaan, perhatian penerima pesan agar terjadi komunikasi yang efektif dan efisien. Seiring berjalannya waktu, media saat ini telah merambah ke system online. Istilah media online ini muncul dan berkembang di kalangan khalayak.

Maraknya game online di Indonesia, khususnya di Bandung muncul beberapa media online yang mengunggah berbagai informasi terkait game online. Salah satu media tersebut adalah GGWP.ID. Media ini terbentuk sejak 2017. Sebagai perusahaan e-sports yang menjadi bagian dari IDN Media, GGWP.ID akan memiliki empat unit bisnis utama yaitu e-sports media (media multi-platform untuk penggemar e-sports), platform turnamen e-sports (platform bagi penggemar e-sports untuk mengatur turnamen sendiri secara instan), tim e-sports (tim e-sports profesional), dan e-sports creative (agensi digital multi-platform yang fokus pada penceritaan merek, pembuatan konten, dan aktivasi online).

Selain itu, GGWP.ID juga akan menggelar kompetisi game terkemuka di Indonesia, Game Prime, bersama dengan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Asosiasi Game Indonesia (AGI). IDN Media juga menyampaikan bahwa akan berambisi menjadikan GGWP.ID menjadi 'ESPN' dari e-sports di Indonesia dan ingin mengubah persepsi terhadap e-sport bahwa game tidak selalu membawa dampak negatif, tapi bisa meningkatkan kecerdasan, kerja tim, fokus, dan strategi berpikir untuk milenial dan Gen Z.

Menurut Ligagame Indonesia (ligagames.com), game online hadir di Indonesia pada tahun 2001. Nexia Online menjadi awal masuknya game online ke Indonesia. Game online yang beredar di Indonesia sendiri cukup beragam, mulai dari action, sport, hingga RPG (role-playing game).

Tercatat lebih dari 20 judul game online yang beredar di Indonesia. Dengan begitu, hal ini menjadi pertanda betapa besarnya antusiasme gamers di Indonesia dan juga besarnya pangsa pasar games di Indonesia. Perkembangan game online tersebut berdasarkan kepada beberapa keunggulan yang muncul dibandingkan dengan game offline.

Pada game online, pemain dapat bermain dengan jumlah pemain yang tidak terbatas dan berkesempatan untuk bertemu dengan pemain game (gamers) lainnya. Salah satu terobosan besar sebagai upaya untuk mengembangkan fungsi dari teknologi adalah kemunculan internet yang saat ini tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi, namun juga untuk memenuhi kebutuhan hiburan bagi khalayak.

Di Indonesia sendiri, sebenarnya kompetisi video game online sudah ada sejak era 90-an. Indonesia Gamers, atau yang kini dikenal sebagai Liga Game, menjadi pionir dengan menggelar kompetisi untuk Quake II dan Starcraft. Dengan keterbatasan internet pada saat itu, keberlangsungan kompetisi tersebut sangat bergantung pada keberadaan warnet yang mulai menjamur.

Menurut kamus Cambridge daring, gamer berarti seseorang yang senang bermain game di komputer (elektronik). Dari definisi tersebut, maka seseorang dapat disebut sebagai gamer ketika dia bermain game, terlepas dari kemampuan, koleksi game, serta wawasannya tentang game. Namun, setiap orang tetap memiliki definisi yang berbeda-beda terhadap istilah gamer.

Dewasa ini, e-sport telah memengaruhi dunia perolahraga di Indonesia. Terlihat dari maraknya pertandingan e-sport yang terlaksana di Indonesia atau pun mengirimkan pemain dari Indonesia. Hal ini menjadi jalan bagi para pengguna game online yang ada di Indonesia, khususnya Jawa Barat untuk ikut serta terjun ke dunia e-sport.

Jawa Barat merupakan Provinsi yang mempunyai daya tarik terhadap game online yang cukup tinggi terutama Bandung 11%, Bekasi 32%, dan Bogor 57%. Data ini membuktikan tingginya presentase pengguna game online di daerah Jawa Barat. Para pengguna game online biasanya bermain di berbagai tempat misalnya rumah, Warung Internet (Warnet), dll. Maraknya pemain game online di Bandung sendiri menimbulkan terbentuknya komunitas pemain game online.

Moonwake Community merupakan salah satu komunitas pemain game online yang berdiri di Bandung. Moonwake Community terbentuk karena adanya upaya dari pemain game online di Bandung untuk memajukan potensi esports lokal. Hal ini berkaitan dengan keinginan mereka agar dapat bersaing baik di skala nasional maupun internasional. Berbeda dengan tim esports profesional yang fokus pada profit, Moonwake Community lebih mengutamakan asas kekeluargaan.

Visi dari Moonwake Community adalah mengembangkan potensi pemain esports lokal di Bandung, khususnya Jawa Barat. Misinya adalah memajukan esports

tanah air agar dapat bersaing dengan negara lainnya. Awalnya, Moonwake Community dibentuk dengan nama Samsak Leader yang terfokus pada dua game, yaitu Point Blank dan Lost Saga. Namun, pada bulan Januari 2019, komunitas ini berganti nama menjadi Moonwake Community.

Akibat maraknya game online khususnya di Bandung, gamers membutuhkan informasi-informasi terkait game online. Dengan begitu, kehadiran media online yang bergerak di bidang e-sport akan membantu para gamers. Melihat pesatnya perkembangan media online, game online, dan gamersnya sendiri di Indonesia, peneliti tertarik untuk mengetahui adakah hubungan media GGWP.ID dengan kebutuhan informasi gamers di komunitas. Judul tulisan yang peneliti teliti adalah "Mengetahui Lebih Jauh AURA Clover, MVP 2 Kali di MPL Season 4 Week 1!". Peneliti memilih tulisan tersebut karena berisi informasi terkait tokoh gamer yang menginspirasi. Dengan begitu, peneliti melakukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi.

II. LANDASAN TEORI

Penelitian ini mengenai hubungan GGWP.ID dengan pemenuhan kebutuhan informasi Moonwake Community di Bandung. Dengan begitu, peneliti meneliti bagaimana media GGWP.ID mengemas komunikasi massa menjadi informasi yang dibagikan untuk khalayak. Sebagai salah satu produk media massa, GGWP.ID akan menimbulkan efek yang terarah, cepat, dan langsung kepada penerima pesan. Dengan begitu, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasi. Ada pun teori yang digunakan yaitu teori uses and gratification.

Teori uses and gratification menekankan kepada cara khalayak melihat media. Dapat dikatakan bahwa manusia memiliki otonomi dan wewenang untuk menggunakan media. Blumer dan Katz mengatakan bahwa tidak hanya satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media, tetapi ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Dengan begitu teori ini menyatakan bahwa pengguna media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan memberikan dampak kepada mereka [3].

Model teori uses and gratification menggambarkan bahwa yang menjadi poin utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana khalayak memenuhi kebutuhan pribadi dan sosialnya. Dengan begitu, hal ini mengacu kepada khalayak yang aktif dan dengan sadar menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu [5].

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara Media GGWP.ID Dengan Kebutuhan Informasi Moonwake di Bandung, juga untuk mengetahui setiap dimensi dari Media GGWP.ID setelah mengumpulkan data

dari para responden yang didapatkan melalui kuesioner yang peneliti sebar, peneliti kemudian melakukan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji pertanyaan pada kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mendapatkan hasil data yang valid dan sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konstruk atau indikator (variabel) penelitian.

Hasil uji validitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel adalah valid, begitupun dengan hasil uji reliabilitas yang menunjukkan keseluruhan variabel adalah reliabel dengan nilai α lebih dari 0,600. Setelah mendapatkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas, peneliti kemudian melanjutkan langkah berikutnya yaitu melakukan uji lain yang hasilnya menunjang penelitian. Terlihat adanya hubungan pada hasil pengolahan data antara Media GGWP.ID dengan Kebutuhan Informasi Moonwake Community di Bandung dan koefisien korelasi yang dihasilkan dari perhitungan rumus Rank Spearman (r) diperoleh sebesar 0,708. Nilai tersebut termasuk dalam kategori Kuat (Interval 0,60-0,79, Sugiyono) yang mana artinya dalam pelaksanaan aktivitas Media GGWP.ID dengan Kebutuhan Informasi Moonwake Community di Bandung dengan memiliki hubungan yang kuat. Melihat hasil tersebut, teori use and gratifications menurut Effendy (2009:290): Model teori uses and gratification menggambarkan bahwa yang menjadi poin utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana khalayak memenuhi kebutuhan pribadi dan sosialnya. Dengan begitu, hal ini mengacu kepada khalayak yang aktif dan dengan sadar menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga penulis rasa teori use and gratification menurut Effendy tersebut relevan karena hasil tersebut memaparkan tidak semua terpengaruhi [5].

IV. KESIMPULAN

Setelah penulis menguraikan semua permasalahan yang terjadi dalam kaitannya dengan apa yang diteliti oleh penulis yaitu Hubungan antara Media GGWP.ID dengan kebutuhan informasi Gamers di Bandung pada bab-bab sebelumnya. Selanjutnya, penulis masuk kepada bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan di analisa pada bab IV, maka diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa terdapat keterkaitan antara intensitas media GGWP.ID dengan kebutuhan informasi Moonwake Community di Bandung.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa terdapat keterkaitan antara isi pesan media GGWP.ID dengan kebutuhan informasi Moonwake Community di Bandung.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa terdapat keterkaitan antara daya tarik media GGWP.ID dengan kebutuhan

informasi Moonwake Community di Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dagun, S. M. 2006. Kamus Besar Ilmu Pengetahuan. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN)
- [2] Arsyad Azhar. 2010. Media Pembelajaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [3] Nurudin. 2009. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- [4] Santana, Septiawan. 2005. Jurnalisme Kontemporer. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- [5] Effendy, Onong Uchjana. 2009. Komunikasi teori dan praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.