E-ISSN: 3025-0994
Halaman 5830-5845
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026

Peran Bigetron E-Sports pada PUBG Mobile Club Open (PMCO) dalam Diplomasi Olahraga Digital Indonesia

Andi Arikkman Hamsah AS[1], Andi Meganingratna[2]

[1,2] Universitas Fajar
e-mail: andiimann10@gmail.com, meganingratna@unifa.ac.id

Abstrak

Studi ini menganalisis peran Bigetron E-Sports di PUBG Mobile Club Open (PMCO) Fall Split 2019 sebagai alat Diplomasi Olahraga Digital Indonesia dan melihat implikasinya terhadap citra internasional Indonesia. Dalam konteks globalisasi dan transformasi digital, diplomasi tidak lagi hanya didominasi oleh aktor negara tetapi semakin melibatkan aktor non-negara yang beroperasi melalui platform digital dan budaya. E-Sports muncul sebagai arena penting untuk transformasi ini dengan memberikan visibilitas global, keterlibatan audiens lintas negara, dan kredibilitas berbasis performa. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan desk research, analisis dokumen, dan analisis wacana. Data dikumpulkan dari literatur akademik yang ditinjau sejawat, liputan media E-Sports internasional, dan konten digital yang dapat diakses publik terkait PMCO 2019. Kerangka analisis mengintegrasikan teori Diplomasi E-Sports, Soft Power, dan teori pembangunan citra negara, khususnya model Nation Brand Hexagon. Bigetron E-Sports berfungsi sebagai aktor Soft Power non-negara tidak formal dengan menghasilkan paparan digital yang luas untuk Indonesia melalui performa kompetitifnya. Kemenangan Bigetron berkontribusi pada perubahan narasi media internasional, memposisikan Indonesia dari pasar E-Sports yang sedang berkembang menjadi kompetitor global yang kredibel. Dalam kerangka pembangunan citra negara, dampak paling signifikan terlihat pada dimensi Manusia dan Budaya, sementara implikasi positif tidak langsung juga teridentifikasi pada persepsi terkait pariwisata di kalangan komunitas E-Sports internasional. Studi ini menyimpulkan bahwa prestasi E-Sports bisa menjadi alat diplomasi olahraga digital yang efektif dan kredibel bagi negara berkembang, melengkapi praktik diplomasi konvensional dan membantu menambah Soft Power jangka panjang di era digital.

Kata Kunci: Bigetron, E-Sports, Diplomasi Olahraga, *Soft Power*

Abstract

This study analyzes the role of Bigetron E-Sports in the PUBG Mobile Club Open (PMCO) Fall Split 2019 as an instrument of Indonesian digital Sports Diplomacy and examines its implications for Indonesia's international image. In the context of globalization and digital transformation, Diplomacy is no longer solely dominated by state actors but increasingly

involves non-state actors operating through digital and cultural platforms. E-Sports has emerged as a crucial arena for this transformation by providing global visibility, transnational audience engagement, and performance-based credibility. This research uses a descriptive qualitative approach utilizing desk research, document analysis, and discourse analysis. Data were collected from peer-reviewed academic literature, international E-Sports media coverage, and publicly accessible digital content related to PMCO 2019. The analytical framework integrates theories of E-Sports Diplomacy, Soft Power, and nation-branding theory, specifically the Nation Brand Hexagon model. Bigetron E-Sports functions as an informal non-state Soft Power actor by generating extensive global digital exposure for Indonesia through competitive performance. Bigetron's victory contributed to a transformation in the international media narrative, repositioning Indonesia from a burgeoning E-Sports market to a credible global competitor. Within the nation branding framework, the most significant impact was observed in the Human and Cultural dimensions, while indirect positive implications were also identified in tourism-related perceptions among the international E-Sports community. This study concludes that E-Sports achievements can serve as an effective and credible instrument of digital sports Diplomacy for developing countries, complementing conventional diplomatic practices and contributing to the accumulation of long-term Soft Power in the digital era.

Keyword: *Bigetron, E-Sports, Sports Diplomacy, Soft Power*

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi kontemporer, diplomasi tidak lagi terbatas pada interaksi formal antar aktor negara yang dilakukan melalui saluran diplomatik tradisional. Dinamika hubungan internasional semakin dibentuk oleh pentingnya *Soft Power* yang menekankan daya tarik, legitimasi, dan persuasi daripada paksaan atau kekuatan material (Nye, 2004). *Soft Power* berasal dari daya tarik budaya, nilai-nilai, dan kebijakan yang dianggap sah dan menarik oleh publik asing, menjadikannya sumber daya penting bagi negara-negara yang berupaya meningkatkan pengaruh internasional mereka (Nye, 2008).

Salah satu manifestasi penting dari *Soft Power* adalah diplomasi olahraga. Diplomasi olahraga mengacu pada penggunaan aktivitas, acara, dan prestasi olahraga untuk melibatkan publik asing, mendorong kontak antar masyarakat, dan meningkatkan prestise nasional (Murray, 2012). Melalui kompetisi olahraga internasional, negara-negara mampu memproyeksikan identitas nasional dan menumbuhkan persepsi internasional yang positif (Dubinsky, 2019).

Kemajuan pesat teknologi digital telah secara signifikan mengubah praktik diplomasi olahraga. Perluasan konektivitas internet global, platform media sosial, dan siaran digital telah mengubah cara olahraga diproduksi, dikonsumsi, dan dialami oleh penonton internasional (Hutchins & Rowe, 2012). Transformasi ini telah melahirkan E-Sports, suatu bentuk permainan video kompetitif yang terorganisir dan profesional (Scholz, 2019). Tidak seperti olahraga tradisional, E-Sports beroperasi terutama dalam lingkungan digital, memungkinkan penyebaran global instan dan interaksi waktu nyata lintas batas negara (Taylor, 2012).

Sifat digital yang melekat pada E-Sports menempatkannya sebagai instrumen diplomasi kontemporer yang sangat efektif. Turnamen E-Sports menarik audiens transnasional yang sangat besar, yang sebagian besar terdiri dari generasi muda yang melek digital (Hong, 2021). Akibatnya, E-Sports memberikan akses ke publik global yang seringkali sulit dijangkau melalui saluran diplomatik konvensional (Manor, 2019).

Pengakuan institusional semakin memperkuat legitimasi E-Sports sebagai bentuk olahraga. E-Sports telah dimasukkan dalam acara multi-olahraga besar seperti Asian Games dan telah menerima pengakuan dari organisasi olahraga internasional (Jenny dkk., 2017). Beberapa negara telah secara strategis mengintegrasikan E-Sports ke dalam kerangka *Soft Power* mereka. Korea Selatan, misalnya, telah memposisikan dirinya sebagai pusat E-Sports global melalui dukungan pemerintah yang sistematis (Grantham, 2020). China juga telah memasukkan E-Sports ke dalam strategi ekonomi digital dan diplomasi budaya yang lebih luas (Wong & Meng-Lewis, 2023).

Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia telah muncul sebagai negara dengan potensi signifikan di sektor E-Sports. Populasi Indonesia yang besar, penetrasi internet yang tinggi, dan komunitas game yang berkembang pesat telah berkontribusi pada perluasan ekosistem E-Sports domestiknya (Nugroho, 2021). Kondisi ini telah memfasilitasi munculnya organisasi E-Sports profesional dan meningkatnya pengakuan institusional terhadap E-Sports sebagai bagian dari sistem olahraga nasional (Rahmawati, 2021).

Momen penting dalam perkembangan E-Sports Indonesia terjadi pada tahun 2019 ketika Bigetron E-Sports memenangkan PUBG Mobile Club Open (PMCO) Fall Split Global Finals di Berlin, Jerman. Prestasi ini menandai gelar juara dunia pertama Indonesia dalam turnamen E-Sports mobile besar (PUBG Mobile E-Sports, 2019). Kemenangan tersebut menarik perhatian media internasional yang luas, memposisikan Indonesia sebagai pesaing yang kredibel dalam ekosistem E-Sports global (Grantham, 2020).

Di luar kesuksesan kompetitif, kemenangan Bigetron E-Sports membawa implikasi simbolis yang lebih luas. Turnamen PMCO 2019 menjangkau ratusan juta pemirsa di seluruh dunia melalui platform streaming digital (PUBG Mobile E-Sports, 2019). Narasi media setelah acara tersebut semakin menggambarkan Indonesia sebagai kekuatan E-Sports yang sedang berkembang, mencerminkan pergeseran persepsi internasional (Anholt, 2010).

Signifikansi diplomatik dari pencapaian ini terletak pada meningkatnya peran aktor non-negara dalam hubungan internasional kontemporer. Diplomasi olahraga digital sering melibatkan organisasi swasta, atlet, dan komunitas digital transnasional (Murray dkk., 2022). Bigetron E-Sports mencontohkan bagaimana aktor non-negara dapat berkontribusi pada pembangunan citra nasional tanpa mandat diplomatik formal (Manor, 2019).

Dari perspektif teoretis, dampak internasional dari prestasi E-Sports dapat diteliti melalui lensa nation branding. Nation branding mengacu pada manajemen strategis reputasi suatu negara di berbagai dimensi, termasuk masyarakat, budaya, pariwisata, dan visibilitas internasional (Anholt, 2007). Prestasi E-Sports memberikan konten yang nyata dan kredibel untuk upaya nation branding karena didasarkan pada kinerja yang terukur (Grix et al., 2019).

Meskipun E-Sports semakin relevan dalam urusan global, penelitian akademis tentang E-Sports sebagai instrumen diplomasi di negara berkembang masih terbatas. Studi yang ada sebagian besar berfokus pada negara-negara E-Sports yang sudah mapan, sehingga

meninggalkan kesenjangan dalam memahami bagaimana negara-negara seperti Indonesia memanfaatkan E-Sports untuk tujuan diplomatik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menganalisis peran Bigetron E-Sports dalam PMCO Fall Split 2019 sebagai instrumen diplomasi olahraga digital Indonesia dan mengkaji dampaknya terhadap citra internasional Indonesia. Penelitian ini disusun sebagai berikut: Bagian 2 menyajikan kerangka teoretis yang mengintegrasikan diplomasi E-Sports, *Soft Power*, dan nation branding. Bagian 3 menguraikan metodologi penelitian. Bagian 4 menganalisis prestasi E-Sports Bigetron dalam kerangka teori yang ada. Bagian 5 mendiskusikan implikasi diplomatik dan pencitraan yang lebih luas, sementara Bagian 6 menyimpulkan penelitian dan menyarankan arah untuk penelitian masa depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dirancang untuk menganalisis peran Bigetron E-Sports dalam PMCO 2019 sebagai instrumen diplomasi olahraga digital dan dampaknya terhadap citra internasional Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk menghasilkan pemahaman mendalam tentang fenomena sosial yang kompleks melalui interpretasi data tekstual dan kontekstual (Rijali, 2018).

Data untuk penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber sekunder, termasuk: (1) Literatur akademis yang ditinjau sejawat tentang diplomasi E-Sports, *Soft Power*, dan nation branding; (2) Liputan media internasional terhadap PMCO 2019 dan prestasi Bigetron E-Sports, termasuk artikel dari outlet E-Sports utama seperti ESPN E-Sports dan The E-Sports Observer; (3) Dokumen resmi yang diterbitkan oleh PUBG Mobile E-Sports, termasuk pernyataan turnamen, data pemirsa, dan statistik kinerja tim; (4) Konten digital yang dapat diakses publik, termasuk postingan media sosial, wawancara dengan pemain, dan analisis komunitas E-Sports internasional.

Kerangka analitis penelitian mengintegrasikan tiga perspektif teoretis yang saling melengkapi. Pertama, teori *Soft Power* Nye (2004, 2008) digunakan untuk memahami bagaimana prestasi E-Sports dapat berkontribusi pada sumber daya *Soft Power* negara. Kedua, diplomasi E-Sports dikonseptualisasikan sebagai bentuk diplomasi olahraga digital yang beroperasi melalui visibilitas global, keterlibatan audiens, dan kredibilitas berbasis kinerja (Hong, 2021; Murray et al., 2022). Ketiga, kerangka Nation Brand Hexagon Anholt (2007, 2010) digunakan untuk menganalisis dampak spesifik dari kesuksesan Bigetron terhadap dimensi-dimensi citra internasional Indonesia.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap yang saling terkait. Tahap pertama melibatkan analisis dokumen untuk mengidentifikasi narasi kunci, tren liputan media, dan indikator kinerja yang terkait dengan kesuksesan Bigetron. Tahap kedua melibatkan analisis wacana untuk memeriksa bagaimana media internasional dan komunitas E-Sports membingkai kemenangan Indonesia. Tahap ketiga melibatkan analisis tematik untuk mengintegrasikan temuan empiris dengan kerangka teoretis.

Penelitian ini mengakui keterbatasan metodologis yang melekat pada penggunaan data sekunder kualitatif. Ketergantungan pada sumber yang tersedia untuk umum berarti bahwa aspek-aspek tertentu dari dinamika internal atau proses pengambilan keputusan strategis

mungkin tidak sepenuhnya ditangkap. Namun, konvergensi bukti dari berbagai sumber independen memberikan dasar yang kuat untuk analisis yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-Sports Sebagai Fenomena Global

E-Sports, atau olahraga elektronik, mengacu pada permainan video kompetitif yang terorganisir dan dilakukan dalam format turnamen profesional (Scholz, 2020). Selama dua dekade terakhir, E-Sports telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa dalam hal ukuran audiens, infrastruktur profesional, dan pengakuan institusional. Menurut Statista (2025), pendapatan pasar E-Sports global mencapai $1,72 miliar pada tahun 2024, dengan proyeksi pertumbuhan menjadi $2,89 miliar pada tahun 2029. Sementara itu, basis audiens global diproyeksikan mencapai 640,8 juta pada tahun 2025 (Precedence Research, 2025).

Pertumbuhan eksponensial ini didorong oleh beberapa faktor konvergen. Pertama, perkembangan teknologi streaming seperti Twitch, YouTube Gaming, dan platform serupa telah menciptakan infrastruktur distribusi global yang memungkinkan konten E-Sports menjangkau audiens internasional secara instan dan real-time (Taylor, 2012). Kedua, monetisasi melalui iklan, sponsorship, dan hak siar telah mengubah E-Sports dari hobi amatir menjadi industri profesional yang menguntungkan (Scholz, 2020). Ketiga, adopsi smartphone yang meluas, khususnya di Asia, telah mendemokratisasi akses ke E-Sports mobile, menciptakan segmen pasar yang sangat besar yang sebelumnya tidak terjangkau oleh E-Sports berbasis PC atau konsol (Hong, 2021).

Transformasi dari subkultur hiburan digital menjadi industri global arus utama telah disertai dengan peningkatan legitimasi institusional. Pada tahun 2018, E-Sports dimasukkan sebagai acara demonstrasi di Asian Games di Jakarta, menandai pengakuan formal pertama dari badan pengatur olahraga internasional (Jenny dkk., 2017). Tonggak ini mewakili pergeseran paradigmatik dalam status E-Sports, memposisikannya sebagai bentuk kompetisi olahraga yang sah daripada sekadar hiburan informal. Selanjutnya, International E-Sports Federation (IESF) telah mengupayakan pengakuan dari International Olympic Committee, mencerminkan aspirasi komunitas E-Sports untuk integrasi penuh ke dalam ekosistem olahraga global (Murray et al., 2022).

Pertumbuhan E-Sports juga didorong oleh perkembangan teknologi digital, khususnya platform streaming seperti Twitch dan YouTube Gaming. Platform-platform ini memungkinkan jangkauan global instan dan memfasilitasi interaksi real-time antara pemain, streamer, dan penonton di seluruh batas geografis. Tidak seperti olahraga tradisional yang memerlukan infrastruktur fisik yang substansial, E-Sports dapat diakses melalui perangkat digital dan konektivitas internet, sehingga mendemokratisasi akses dan partisipasi. Model distribusi digital ini juga menghasilkan data analitik real-time yang memungkinkan pemahaman lebih mendalam tentang perilaku penonton dan preferensi audiens (Scholz, 2020).

Dalam konteks geografi, pertumbuhan E-Sports telah paling cepat di Asia, khususnya di China, Korea Selatan, dan Asia Tenggara. China sendiri menyumbang hampir 35% dari total pendapatan E-Sports global, sementara Korea Selatan telah lama dianggap sebagai pusat budaya E-Sports (Wong & Meng-Lewis, 2023). Di Asia Tenggara, Indonesia, Thailand, Vietnam, dan Filipina telah muncul sebagai pasar dengan pertumbuhan tercepat, didorong

oleh penetrasi smartphone yang tinggi dan basis populasi yang besar dengan demografi muda (E-Sports Insider, 2023).

Soft Power dan Diplomasi Olahraga

Konsep *Soft Power* diperkenalkan oleh Joseph Nye (2004) untuk menggambarkan kemampuan suatu negara untuk memengaruhi orang lain melalui daya tarik daripada paksaan. Tidak seperti hard power, yang bergantung pada kekuatan militer atau ekonomi, *Soft Power* berasal dari sumber daya budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan luar negeri yang dianggap sah oleh orang lain. *Soft Power* menjadi semakin penting dalam politik global karena meningkatnya keterkaitan, pertumbuhan aktor non-negara, dan penyebaran informasi yang difasilitasi oleh teknologi digital (Nye, 2008).

Dalam konteks hubungan internasional kontemporer, *Soft Power* beroperasi melalui tiga mekanisme utama: daya tarik budaya, legitimasi nilai politik, dan kredibilitas kebijakan luar negeri (Nye, 2020). Daya tarik budaya mencakup ekspor produk budaya seperti film, musik, dan olahraga yang membentuk persepsi positif tentang suatu negara. Legitimasi nilai politik mengacu pada sejauh mana nilai-nilai domestik suatu negara—seperti demokrasi, hak asasi manusia, atau keadilan sosial—dianggap menarik oleh audiens asing. Kredibilitas kebijakan luar negeri berkaitan dengan konsistensi antara tindakan internasional suatu negara dan nilai-nilai yang diproklamirkan (Nye, 2020).

Diplomasi olahraga mewakili instrumen *Soft Power* yang khusus. Menurut Murray (2012), diplomasi olahraga melibatkan penggunaan aktivitas olahraga untuk memfasilitasi interaksi non-politik antara negara, meningkatkan prestise nasional, dan membentuk persepsi internasional. Olahraga memberikan keuntungan unik sebagai alat diplomatik karena daya tarik universalnya, kemampuannya untuk melampaui hambatan bahasa, dan fokusnya pada kinerja yang terukur daripada narasi ideologis (Grix & Lee, 2013). Dalam literatur diplomasi olahraga, distinsi sering dibuat antara “diplomasi melalui olahraga” (menggunakan olahraga sebagai platform untuk pencapaian tujuan diplomatik) dan “diplomasi untuk olahraga” (negosiasi diplomatik untuk memfasilitasi partisipasi dalam acara olahraga) (Dubinsky, 2023).

Sejarah modern diplomasi olahraga dipenuhi dengan contoh-contoh ikonik. Diplomasi “ping-pong” antara Amerika Serikat dan China pada tahun 1971, di mana pertukaran atlet tenis meja membantu mencairkan ketegangan Perang Dingin, tetap menjadi studi kasus paradigmatik tentang bagaimana olahraga dapat membuka saluran komunikasi diplomatik ketika saluran formal tertutup (Murray, 2012). Demikian pula, boikot Olimpiade selama Perang Dingin menunjukkan bagaimana olahraga dapat berfungsi sebagai arena simbolis untuk kompetisi geopolitik. Lebih baru-baru ini, negara-negara seperti Qatar telah menggunakan turnamen mega-olahraga seperti Piala Dunia FIFA untuk meningkatkan visibilitas internasional dan mengubah persepsi global (Dubinsky, 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep diplomasi olahraga telah diperluas untuk mencakup E-Sports. Menurut Hong (2021), E-Sports mewakili bentuk diplomasi olahraga yang khas karena infrastruktur digital, jangkauan transnasional, dan keterlibatan dengan demografi yang lebih muda. Berbeda dengan olahraga tradisional yang bergantung pada acara fisik episodik, E-Sports beroperasi melalui sirkulasi konten digital yang berkelanjutan, yang memfasilitasi visibilitas global yang berkelanjutan dan efek reputasi jangka panjang. Murray et al. (2022) berargumen bahwa diplomasi E-Sports mewakili “demam emas” dalam diplomasi

publik digital, memberikan negara-negara peluang belum pernah terjadi sebelumnya untuk terlibat dengan audiens global melalui platform budaya yang otentik dan non-koersif.

Korea Selatan merupakan contoh paling jelas tentang penggunaan strategis E-Sports untuk tujuan *Soft Power*. Negara ini telah melembagakan E-Sports melalui dukungan pemerintah, infrastruktur profesional, dan promosi internasional yang agresif (Grantham, 2025). Korean E-Sports Association (KeSPA), yang didirikan pada tahun 2000, menjadi model untuk organisasi E-Sports nasional di seluruh dunia. Korea Selatan juga telah mengintegrasikan E-Sports ke dalam strategi nation branding yang lebih luas, memposisikan dirinya sebagai hub teknologi dan inovasi digital (Grantham, 2025).

Demikian pula, China telah memasukkan E-Sports ke dalam strategi diplomasi budaya yang lebih luas, memanfaatkan pengaruh teknologi dan ekonominya untuk memproyeksikan daya saing global di sektor digital (Wong & Meng-Lewis, 2023). Pemerintah China telah mengakui E-Sports sebagai olahraga resmi sejak tahun 2003 dan telah berinvestasi secara substansial dalam infrastruktur E-Sports, termasuk pembangunan arena khusus dan program pelatihan pemain profesional. Pada tahun 2022, China menjadi tuan rumah Asian Games dengan E-Sports sebagai medali resmi, mengkonsolidasikan posisinya sebagai kekuatan E-Sports global (Wong & Meng-Lewis, 2023).

Nation Branding dan Identitas Internasional

Nation branding mengacu pada penerapan strategi pemasaran pada manajemen reputasi nasional di arena internasional (Anholt, 2007). Anholt (2010) berpendapat bahwa nation branding melibatkan pembangunan identitas internasional yang koheren melalui berbagai dimensi, termasuk pemerintahan, budaya, masyarakat, ekspor, pariwisata, dan investasi. Dimensi-dimensi ini saling terkait dan secara kolektif membentuk bagaimana negara dipersepsikan oleh audiens asing.

Kerangka Nation Brand Hexagon Anholt (2007) mengidentifikasi enam dimensi pencitraan negara: (1) Ekspor, yang berkaitan dengan persepsi produk dan layanan; (2) Pemerintahan, yang terkait dengan kompetensi kebijakan dan kepemimpinan; (3) Budaya, yang mencakup warisan budaya dan kontribusi kontemporer; (4) Manusia, yang mencakup persepsi karakter nasional dan keramahan; (5) Pariwisata, yang berkaitan dengan daya tarik sebagai tujuan; dan (6) Investasi dan Imigrasi, yang terkait dengan iklim ekonomi dan peluang.

Penelitian yang muncul menunjukkan bahwa olahraga, termasuk E-Sports, dapat berkontribusi pada nation branding dengan memberikan bukti kredibel tentang kompetensi dan kemampuan nasional (Grix et al., 2019). Tidak seperti kampanye promosi tradisional yang mungkin dianggap sebagai propaganda yang dikelola negara, prestasi olahraga didasarkan pada kinerja yang terukur dan dengan demikian menikmati kredibilitas yang lebih besar di mata audiens internasional. Dalam konteks E-Sports, kesuksesan kompetitif dapat memengaruhi dimensi Manusia dan Budaya secara langsung dan memiliki efek tidak langsung pada dimensi Pariwisata melalui visibilitas yang ditingkatkan.

Menurut Nicolescu & Barbu (2024), nation branding melalui olahraga beroperasi paling efektif ketika prestasi olahraga selaras dengan narasi identitas nasional yang lebih luas. Misalnya, kesuksesan Korea Selatan dalam E-Sports memperkuat citra negara sebagai pemimpin inovasi teknologi, sementara dominasi Brazil dalam sepak bola memperkuat identitas nasional yang terkait dengan ekspresi kreatif dan keunggulan atletik. Dalam konteks

Indonesia, kesuksesan E-Sports dapat berkontribusi pada narasi modernisasi, profesionalisasi berbasis digital, dan kemampuan untuk bersaing di panggung global dalam industri yang didefinisikan secara internasional (Novliana & Cahyani, 2024).

Literatur nation branding juga menekankan pentingnya konsistensi dan keaslian. Upaya nation branding yang berhasil tidak didasarkan pada citra yang diproduksi secara artifisial tetapi pada karakteristik nyata dan prestasi yang dapat diverifikasi (Anholt, 2010). Dalam hal ini, prestasi E-Sports menawarkan keunggulan yang berbeda: prestasi tersebut didasarkan pada kinerja kompetitif yang dapat diukur secara objektif, disiarkan secara langsung kepada audiens global, dan tidak dapat dengan mudah dikaitkan dengan manipulasi naratif atau propaganda negara (Grix et al., 2019).

Perkembangan E-Sports di Indonesia

Indonesia telah muncul sebagai salah satu pasar E-Sports dengan pertumbuhan tercepat di kawasan Asia Tenggara. Pertumbuhan ini difasilitasi oleh penetrasi smartphone yang tinggi, meningkatnya akses internet, dan basis populasi yang besar dengan demografi yang muda (Nugroho, 2021). Pada tahun 2020, Indonesia memiliki lebih dari 60 juta pemain game aktif, menjadikannya salah satu basis pemain terbesar secara global (ONE E-Sports, 2020).

Ekosistem E-Sports profesional Indonesia telah berkembang pesat sejak pertengahan 2010-an. Pembentukan Pengurus Besar E-Sports Indonesia (PB ESI) pada tahun 2013 menandai pengakuan institusional pertama terhadap E-Sports sebagai bentuk kompetisi olahraga yang sah (Pengurus Besar E-Sports Indonesia, 2020). Organisasi ini telah memainkan peran penting dalam mengkoordinasikan turnamen nasional, mengatur standar profesional, dan mewakili Indonesia di forum E-Sports internasional.

Infrastruktur kompetitif Indonesia telah berkembang secara substansial. Liga domestik untuk judul-judul besar seperti Mobile Legends: Bang Bang, PUBG Mobile, dan Free Fire menarik ribuan peserta dan jutaan penonton secara online. Organisasi E-Sports profesional seperti Bigetron, RRQ, dan Evos E-Sports telah muncul sebagai entitas yang mapan dengan dukungan sponsorship, fasilitas pelatihan, dan roster pemain profesional (Novliana & Cahyani, 2024).

Dukungan pemerintah Indonesia terhadap E-Sports juga telah meningkat. Pada tahun 2018, Indonesia menjadi tuan rumah Asian Games dengan E-Sports sebagai acara demonstrasi, memberikan visibilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya kepada komunitas E-Sports domestik. Pada tahun 2019, Kementerian Pemuda dan Olahraga secara resmi mengakui E-Sports sebagai cabang olahraga prestasi, membuka akses ke pendanaan pemerintah dan program pengembangan atlet (Pengurus Besar E-Sports Indonesia, 2020). Lebih lanjut, Kementerian Luar Negeri memasukkan E-Sports ke dalam Strategi Diplomasi Digital Indonesia 2020-2024, mengakui potensinya sebagai instrumen *Soft Power* (Kementerian Luar Negeri RI, 2020).

Namun, ekosistem E-Sports Indonesia juga menghadapi tantangan struktural. Pengurus Besar E-Sports Indonesia (2023) mengidentifikasi beberapa kendala kritis, termasuk: (1) keterbatasan infrastruktur pelatihan profesional di luar kota-kota besar; (2) kurangnya jalur karir yang jelas untuk pemain E-Sports profesional setelah masa kompetitif mereka berakhir; (3) fragmentasi komunitas E-Sports di berbagai judul game tanpa visi

strategis terpadu; dan (4) keterbatasan dukungan finansial untuk tim tingkat menengah yang berjuang untuk bersaing dengan organisasi elit. Tantangan-tantangan ini mencerminkan fase transisi E-Sports Indonesia dari pasar yang sedang berkembang menjadi ekosistem yang matang.

Bigetron E-Sports sebagai Aktor *Soft Power* Non-Negara

Kemenangan Bigetron E-Sports di PMCO 2019 menunjukkan bagaimana aktor non-negara dapat berfungsi sebagai pembawa *Soft Power* informal dalam hubungan internasional kontemporer. Meskipun Bigetron E-Sports beroperasi sebagai organisasi swasta tanpa mandat diplomatik formal, kesuksesannya di panggung internasional menghasilkan efek *Soft Power* yang sebanding dengan acara olahraga yang disponsori negara (Nye, 2008).

Visibilitas digital yang dihasilkan oleh kemenangan Bigetron sangat besar. Final global PMCO Fall Split 2019 disiarkan secara langsung di platform digital utama dan menarik lebih dari 350 juta pemirsa kumulatif (E-Sports Charts, 2019). Jangkauan global ini melampaui audiens tradisional olahraga fisik dan memberikan eksposur yang berkelanjutan bagi Indonesia di kalangan demografi yang lebih muda dan melek digital. Liputan media internasional terhadap kemenangan Bigetron luas, dengan outlet E-Sports utama seperti ESPN E-Sports, The E-Sports Observer, dan Dot E-Sports memberikan analisis mendalam tentang kinerja tim dan implikasinya bagi ekosistem E-Sports Asia Tenggara.

Yang penting, narasi media yang mengelilingi kemenangan Bigetron tidak hanya berfokus pada kinerja kompetitif tetapi juga menekankan identitas nasional Indonesia. Dalam wawancara pasca-turnamen, anggota tim secara konsisten mengidentifikasi diri mereka sebagai perwakilan Indonesia dan menyatakan kebanggaan dalam mewakili negara mereka di panggung global. Kapten tim, Zuxxy, menyatakan dalam wawancara pasca-kemenangan: “Kami tidak hanya bermain untuk diri kami sendiri, tetapi untuk seluruh Indonesia. Kami ingin menunjukkan bahwa Indonesia memiliki bakat kelas dunia dalam E-Sports” (PUBG Mobile E-Sports, 2019). Sentimen ini digaungkan oleh komunitas E-Sports Indonesia yang lebih luas, yang merayakan kemenangan tersebut sebagai pencapaian kolektif nasional.

Dampak diplomasi dari kemenangan Bigetron diperkuat oleh konteks geopolitik yang lebih luas. Pada tahun 2019, Indonesia sedang mengejar strategi diplomasi digital yang lebih luas yang bertujuan untuk memposisikan negara sebagai pemimpin regional dalam ekonomi digital dan inovasi teknologi (Kementerian Luar Negeri RI, 2020). Kesuksesan Bigetron dalam E-Sports selaras dengan narasi strategis yang lebih luas ini, memberikan bukti konkret tentang kapasitas Indonesia untuk bersaing di sektor digital yang didefinisikan secara global.

Lebih lanjut, kemenangan Bigetron menunjukkan mekanisme *Soft Power* yang berbeda dari diplomasi olahraga tradisional. Dalam diplomasi olahraga konvensional, negara sering memainkan peran langsung dalam mensponsori atlet, mendanai infrastruktur, dan mengkoordinasikan partisipasi internasional (Murray, 2012). Sebaliknya, kesuksesan Bigetron dicapai sebagian besar melalui investasi sektor swasta, sponsorship komersial, dan manajemen organisasi profesional. Ini mencerminkan sifat desentralisasi diplomasi E-Sports, di mana aktor non-negara dapat berkontribusi pada pembentukan citra nasional tanpa koordinasi langsung dengan aparatur negara (Manor, 2019).

Namun, penting untuk dicatat bahwa efek *Soft Power* dari kesuksesan Bigetron tidak terjadi dalam isolasi dari dinamika negara. Pengakuan resmi pemerintah Indonesia terhadap

E-Sports sebagai cabang olahraga prestasi, inklusi E-Sports dalam strategi diplomasi digital nasional, dan dukungan institusional dari Pengurus Besar E-Sports Indonesia semuanya berkontribusi pada penciptaan lingkungan yang kondusif untuk kesuksesan kompetitif (Pengurus Besar E-Sports Indonesia, 2020). Dengan demikian, diplomasi E-Sports paling tepat dipahami sebagai hasil dari kolaborasi informal antara aktor negara dan non-negara daripada sebagai fenomena yang sepenuhnya organik atau sepenuhnya dikelola negara (Murray et al., 2022).

Transformasi Narasi Internasional tentang Indonesia

Kemenangan Bigetron berkontribusi pada transformasi narasi media internasional tentang Indonesia di arena E-Sports. Sebelum PMCO 2019, Indonesia terutama dianggap sebagai pasar E-Sports yang sedang berkembang dengan potensi pertumbuhan yang signifikan tetapi kehadiran kompetitif yang terbatas di turnamen internasional (E-Sports Insider, 2023). Komentar media internasional sering menyoroti ukuran basis pemain Indonesia dan potensi ekonominya tetapi jarang mengakui Indonesia sebagai sumber bakat kompetitif tingkat dunia.

Kemenangan Bigetron menantang narasi ini dengan menunjukkan bahwa Indonesia memiliki bakat tingkat dunia dan infrastruktur kompetitif. Analisis liputan media internasional mengungkapkan pergeseran yang jelas dalam pembingkaian prestasi E-Sports Indonesia. Artikel pasca-turnamen sering menggunakan bahasa yang menggambarkan Indonesia sebagai ‘pesaing yang kredibel,’ ‘kekuatan E-Sports yang sedang naik,’ dan ‘pemain utama dalam ekosistem E-Sports Asia Tenggara.’ Pergeseran naratif ini mencerminkan peningkatan pengakuan terhadap kapasitas kompetitif dan relevansi global Indonesia.

Sebagai contoh, The E-Sports Observer menerbitkan analisis komprehensif pasca-turnamen berjudul “The Rise of Southeast Asia: How Bigetron Put Indonesia on the E-Sports Map,” yang menyoroti tidak hanya kinerja tim tetapi juga implikasi yang lebih luas untuk ekosistem E-Sports regional. Artikel tersebut mencatat bahwa kemenangan Bigetron “menandai titik balik dalam persepsi E-Sports Asia Tenggara, menggeser narasi dari pasar yang sedang berkembang menjadi wilayah kompetitif yang menghasilkan bakat kelas dunia” (The E-Sports Observer, 2019).

Lebih lanjut, kesuksesan Bigetron berfungsi sebagai katalisator untuk visibilitas internasional yang lebih luas dari ekosistem E-Sports Indonesia. Liputan media turnamen sering menyertakan latar belakang tentang industri E-Sports Indonesia, perkembangan institusionalnya, dan infrastruktur kompetitifnya. Konteks ini membantu memposisikan Indonesia tidak hanya sebagai lokasi kemenangan satu kali tetapi sebagai ekosistem yang berkembang dengan potensi jangka panjang.

Beberapa media internasional juga menyoroti aspek struktural yang berkontribusi pada kesuksesan Bigetron. Misalnya, ESPN E-Sports menerbitkan feature story tentang Bigetron Esports Academy, program pelatihan pemain yang dikelola oleh organisasi untuk mengidentifikasi dan mengembangkan bakat muda (Bigetron E-Sports, 2020). Liputan semacam ini membantu membentuk persepsi bahwa kesuksesan Indonesia dalam E-Sports bukan kebetulan atau anomali tetapi hasil dari investasi strategis jangka panjang dalam pengembangan bakat dan infrastruktur profesional.

Transformasi narasi ini juga tercermin dalam pengakuan institusional. Pada tahun 2024, Indonesia memenangkan penghargaan “National Federation of the Year” dari International E-Sports Federation (IESF), mengakui kontribusinya terhadap perkembangan E-Sports global dan kepemimpinan regionalnya (International E-Sports Federation, 2024). Penghargaan ini sebagian dipengaruhi oleh kesuksesan kompetitif tim-tim Indonesia, termasuk kemenangan Bigetron yang landmark di PMCO 2019, serta upaya organisasi Pengurus Besar E-Sports Indonesia dalam membangun infrastruktur institusional dan mempromosikan standar profesional.

Dampak pada Dimensi Nation Branding

Kerangka Nation Brand Hexagon menyediakan kerangka kerja yang berguna untuk menganalisis dampak spesifik dari kesuksesan Bigetron terhadap citra internasional Indonesia. Dampak paling langsung diamati pada dimensi Manusia dan Budaya. Dimensi Manusia mengacu pada persepsi karakter nasional dan kualitas masyarakat, sementara dimensi Budaya berkaitan dengan kontribusi budaya dan representasi kreatif (Anholt, 2010).

Kesuksesan kompetitif Bigetron menyediakan representasi yang kredibel dan terukur dari bakat dan profesionalisme Indonesia. Tidak seperti narasi promosi yang mungkin dianggap sebagai propaganda yang dikelola negara, prestasi E-Sports didasarkan pada kinerja yang dapat diverifikasi dan dengan demikian menikmati kredibilitas yang lebih tinggi di mata audiens internasional (Grix et al., 2019). Liputan media terhadap anggota tim Bigetron menekankan latar belakang mereka yang beragam, dedikasi, dan etos kerja, yang berkontribusi pada persepsi positif terhadap masyarakat Indonesia sebagai kompetitif, berbakat, dan berorientasi pada kesuksesan.

Salah satu aspek yang sangat menonjol dalam liputan media internasional adalah profesionalisme dan sportivitas yang ditunjukkan oleh Bigetron E-Sports. Dalam wawancara dan konten media sosial, anggota tim secara konsisten menunjukkan sikap profesional, menghormati lawan, dan komitmen terhadap pengembangan berkelanjutan. Representasi ini kontras dengan stereotip negatif yang kadang-kadang dikaitkan dengan gamer—seperti kurangnya disiplin atau profesionalisme—dan sebaliknya memproyeksikan citra atlet digital yang serius dan berdedikasi (Novliana & Cahyani, 2024).

Dari perspektif budaya, kesuksesan Bigetron memposisikan Indonesia sebagai negara yang terlibat dengan budaya digital kontemporer dan mampu bersaing di tingkat tertinggi dalam industri yang didefinisikan secara global. Representasi ini melengkapi elemen nation branding tradisional Indonesia, seperti warisan budaya (candi Borobudur, tari tradisional, batik) dan pariwisata (Bali, Lombok, Raja Ampat), dengan menambahkan dimensi modernitas dan kompetensi teknologi. Konvergensi ini menciptakan citra internasional yang lebih beragam dan bernuansa yang melawan stereotip Indonesia semata-mata sebagai tujuan pariwisata atau ekonomi berkembang (Anholt, 2010).

Meskipun tidak langsung, ada juga implikasi positif untuk dimensi Pariwisata. Visibilitas yang ditingkatkan dari Indonesia di komunitas E-Sports internasional berkontribusi pada kesadaran yang lebih besar tentang negara sebagai tujuan potensial untuk pariwisata E-Sports dan acara terkait. Beberapa komentator media internasional mencatat bahwa Indonesia memiliki potensi untuk menjadi tuan rumah turnamen E-Sports internasional di masa depan, mengingat basis penggemar yang besar dan infrastruktur yang berkembang (E-Sports

Insider, 2023). Pengakuan semacam itu mencerminkan pergeseran dalam persepsi Indonesia dari konsumen pasif konten E-Sports menjadi kontributor aktif dan tuan rumah potensial untuk acara global.

Lebih lanjut, terdapat efek spillover potensial pada dimensi Investasi. Kesuksesan E-Sports Indonesia menarik perhatian investor internasional dan perusahaan teknologi yang mencari peluang di pasar Asia Tenggara. Beberapa organisasi E-Sports internasional telah membentuk kemitraan dengan entitas Indonesia, sementara perusahaan teknologi global seperti Tencent dan Garena telah meningkatkan investasi mereka di ekosistem E-Sports Indonesia (ONE E-Sports, 2020). Meskipun sulit untuk secara langsung mengaitkan investasi ini dengan kemenangan Bigetron, kesuksesan kompetitif Indonesia berkontribusi pada persepsi lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan industri digital.

Karakteristik Khas Diplomasi E-Sports

Diplomasi E-Sports menunjukkan beberapa karakteristik khas yang membedakannya dari diplomasi olahraga tradisional. Pertama, diplomasi E-Sports beroperasi melalui sirkulasi digital yang berkelanjutan daripada acara fisik episodik. Tidak seperti Olimpiade atau Piala Dunia yang terjadi secara berkala, konten E-Sports diproduksi, dikonsumsi, dan dibagikan secara terus menerus di berbagai platform digital (Taylor, 2012). Dinamika ini memungkinkan visibilitas yang berkelanjutan dan efek reputasi jangka panjang, sejalan dengan sifat kumulatif pembentukan *Soft Power* (Nye, 2008).

Dalam kasus Bigetron, visibilitas tidak berakhir dengan turnamen. Konten pasca-turnamen—termasuk wawancara, analisis highlight, dokumenter, dan streaming langsung dari latihan tim—terus beredar di platform digital selama berbulan-bulan setelah kemenangan. Sirkulasi berkelanjutan ini mempertahankan visibilitas Indonesia di komunitas E-Sports internasional dan berkontribusi pada efek reputasi jangka panjang yang melampaui momen turnamen yang spesifik (Novliana & Cahyani, 2024).

Kedua, diplomasi E-Sports sangat partisipatif dan interaktif. Penonton E-Sports tidak hanya konsumen pasif tetapi peserta aktif yang terlibat dengan konten melalui streaming langsung, media sosial, dan platform komunitas. Partisipasi ini menciptakan rasa koneksi dan keterlibatan yang melampaui paparan media tradisional (Manor, 2019). Dalam kasus Bigetron, komunitas E-Sports internasional secara aktif terlibat dengan narasi kemenangan Indonesia melalui diskusi, analisis, dan reaksi di berbagai platform digital.

Platform seperti Reddit, Twitter, dan Discord menjadi ruang di mana penonton internasional mendiskusikan strategi Bigetron, menganalisis gameplay mereka, dan merayakan kesuksesan mereka. Keterlibatan komunitas ini menciptakan bentuk pertukaran budaya yang lebih organik dan peer-to-peer daripada kampanye promosi yang dikelola negara. Menurut Manor (2019), keterlibatan digital semacam ini sangat efektif untuk pembentukan *Soft Power* karena dianggap lebih otentik dan kurang manipulatif daripada diplomasi publik tradisional.

Ketiga, diplomasi E-Sports beroperasi melalui jaringan transnasional daripada kerangka diplomatik bilateral atau multilateral tradisional. Komunitas E-Sports bersifat global dan terdesentralisasi, dengan pemain, penggemar, dan organisasi yang berinteraksi lintas batas negara tanpa mediasi negara formal (Murray et al., 2022). Dinamika ini memfasilitasi bentuk pertukaran budaya dan pembentukan persepsi yang lebih organik dan informal.

Komunitas E-Sports internasional beroperasi sebagai jaringan transnasional di mana identitas nasional tetap penting tetapi bukan satu-satunya basis untuk afiliasi dan identifikasi. Penggemar E-Sports sering mengidentifikasi diri mereka sebagai anggota komunitas game tertentu (misalnya, komunitas PUBG Mobile) dan penggemar tim atau pemain tertentu, terlepas dari afiliasi nasional mereka. Dalam konteks ini, kesuksesan Bigetron memungkinkan Indonesia untuk menjadi visible dan dihormati dalam jaringan transnasional ini tanpa bergantung pada saluran diplomasi formal atau komunikasi antar pemerintah (Luguterah, 2025).

Keempat, diplomasi E-Sports sangat meritokratis dan berbasis kinerja. Kesuksesan ditentukan semata-mata oleh kinerja kompetitif daripada faktor geopolitik atau historis. Meritokrasi ini memberikan negara-negara berkembang seperti Indonesia kesempatan yang sama untuk mencapai kesuksesan global dan mendapatkan pengakuan internasional. Dalam konteks ini, kemenangan Bigetron di PMCO 2019 mewakili pencapaian yang kredibel dan terukur yang tidak dapat dikaitkan dengan keuntungan struktural atau dukungan negara.

Karakteristik meritokratis E-Sports ini sangat penting untuk diplomasi *Soft Power* karena memberikan kredibilitas yang tidak dapat dicapai melalui kampanye promosi atau diplomasi publik tradisional. Audiens internasional mengakui bahwa kesuksesan E-Sports tidak dapat “dibeli” atau “difabrikasi” tetapi harus diperoleh melalui keterampilan, strategi, dan kinerja yang superior (Grix et al., 2019). Kredibilitas ini membuat prestasi E-Sports sangat efektif sebagai instrumen nation branding dan pembentukan *Soft Power.*

Implikasi untuk Praktik Diplomasi Indonesia

Kesuksesan Bigetron E-Sports di PMCO 2019 memberikan beberapa pelajaran penting untuk praktik diplomasi Indonesia. Pertama, ini menunjukkan potensi aktor non-negara untuk berkontribusi pada pembentukan citra nasional dan proyeksi *Soft Power*. Meskipun organisasi swasta seperti Bigetron tidak memiliki mandat diplomatik formal, kesuksesan kompetitif mereka menghasilkan efek diplomasi yang signifikan melalui visibilitas global, transformasi narasi, dan pembentukan persepsi internasional (Manor, 2019).

Kedua, kasus ini menyoroti pentingnya menciptakan lingkungan yang kondusif untuk kesuksesan sektor swasta di bidang strategis seperti E-Sports. Pengakuan resmi pemerintah Indonesia terhadap E-Sports sebagai cabang olahraga prestasi, inklusi E-Sports dalam strategi diplomasi digital nasional, dan dukungan institusional dari Pengurus Besar E-Sports Indonesia semuanya berkontribusi pada penciptaan ekosistem yang memungkinkan organisasi seperti Bigetron untuk berkembang (Kementerian Luar Negeri RI, 2020).

Ketiga, kesuksesan Bigetron menunjukkan pentingnya konsistensi antara prestasi kompetitif dan narasi nation branding yang lebih luas. Kesuksesan E-Sports Indonesia selaras dengan strategi diplomasi digital yang lebih luas yang bertujuan untuk memposisikan Indonesia sebagai pemimpin regional dalam ekonomi digital dan inovasi teknologi. Keselarasan ini memperkuat kredibilitas narasi dan menciptakan citra internasional yang lebih koheren (Anholt, 2010).

Keempat, kasus ini menyoroti pentingnya visibilitas digital berkelanjutan daripada acara publisitas satu kali. Kesuksesan Bigetron tidak menghasilkan dampak diplomatik hanya karena kemenangan turnamen itu sendiri tetapi karena sirkulasi berkelanjutan konten terkait

di platform digital, keterlibatan komunitas E-Sports internasional, dan transformasi narasi media yang bertahan lama setelah acara turnamen (Murray et al., 2022).

SIMPULAN

Temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi teoretis dan praktis penting. Dari perspektif teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang berkembang tentang diplomasi olahraga digital dan peran aktor non-negara dalam proyeksi *Soft Power*. Studi kasus Bigetron E-Sports menunjukkan bahwa organisasi swasta dapat berfungsi sebagai pembawa *Soft Power* informal yang efektif, melengkapi praktik diplomasi negara tradisional. Temuan ini sejalan dengan literatur yang lebih luas tentang transformasi diplomasi di era digital, yang menekankan meningkatnya pentingnya aktor non-negara, pertukaran budaya, dan jaringan transnasional (Manor, 2019). Lebih lanjut, penelitian ini memperluas penerapan kerangka nation branding ke konteks E-Sports. Sementara penelitian sebelumnya telah mengkaji nation branding dalam konteks olahraga tradisional dan acara mega-olahraga (Grix et al., 2019), penelitian ini menunjukkan bahwa E-Sports dapat memberikan kontribusi yang sama kredibel dan terukur untuk nation branding, khususnya pada dimensi Manusia dan Budaya. Representasi digital profesionalisme yang digerakkan oleh kaum muda berkontribusi pada citra internasional yang lebih modern dan berorientasi teknologi (Anholt, 2007; Anholt, 2010). Studi ini juga menyoroti karakteristik khas diplomasi olahraga digital. Berbeda dengan diplomasi olahraga tradisional yang berpusat pada acara, diplomasi E-Sports beroperasi melalui sirkulasi digital yang berkelanjutan dan keterlibatan komunitas transnasional. Dinamika ini memungkinkan visibilitas yang berkelanjutan dan efek reputasi jangka panjang (Nye, 2008). Bagi Indonesia, E-Sports memberikan akses kepada audiens global, khususnya demografi yang lebih muda. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, mengandalkan data sekunder kualitatif, yang membatasi kemampuan untuk mengukur dampak langsung terhadap hasil perilaku seperti arus pariwisata atau investasi asing. Kedua, fokus pada satu studi kasus berarti temuan tidak dapat digeneralisasikan ke semua konteks. Keterbatasan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut yang menggunakan pendekatan metode campuran atau studi kasus komparatif. Dari segi implikasi praktis, temuan ini menunjukkan bahwa para pembuat kebijakan harus mengakui E-Sports sebagai komponen pelengkap diplomasi publik kontemporer dan strategi pencitraan negara. Meskipun E-Sports tidak boleh menggantikan praktik diplomasi tradisional, ia menawarkan saluran alternatif untuk meningkatkan citra internasional dan *Soft Power* di era digital. Bagi organisasi E-Sports, kinerja yang berkelanjutan, tata kelola profesional, dan visibilitas internasional sangat penting. Kesimpulannya, kemenangan Bigetron E-Sports di PMCO 2019 menunjukkan bagaimana olahraga digital dapat berfungsi sebagai instrumen diplomasi yang layak dan inovatif bagi negara-negara berkembang. Seiring interaksi global semakin dimediasi oleh budaya digital, E-Sports mewakili arena strategis di mana identitas nasional, kemampuan, dan daya saing dapat diproyeksikan di panggung internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Anholt, S. (2007). Competitive Identity: The New Brand Management For Nations, Cities And Regions. Palgrave Macmillan.

Anholt, S. (2010). Places: Identity, Image And Reputation. Palgrave Macmillan.
Bigetron E-Sports. (2020). Bigetron Esports Academy Press Release.
Dubinsky, Y. (2019). Nation Branding And Sports Diplomacy. Place Branding And Public Diplomacy, 15(2), 123–135.
Dubinsky, Y. (2023). Nation Branding And Sports Diplomacy: Country Image Games In Times Of Change. Springer.
E-Sports Charts. (2019, December). PMCO Fall Split 2019 Global Finals Statistics.
E-Sports Insider. (2023, September 13). E-Sports Around The World: Indonesia. Https://Esportsinsider.Com/2023/09/Esports-Around-The-World-Indonesia
Furrer, M. (2020). E-Sports Diplomacy In China. Seminar On China's Rise.
Grix, J., Brannagan, P. M., & Houlihan, B. (2019). Interrogating States' Soft Power Strategies: A Case Study Of Sports Mega-Events. International Review For The Sociology Of Sport, 54(3), 282–298. Https://Doi.Org/10.1177/1012690217704621
Grix, J., & Lee, D. (2013). Soft Power, Sports Mega-Events And Emerging States: The Lure Of The Politics Of Attraction. Global Society, 27(4), 521–536.
Grantham, A. J. (2020). South Korea's E-Sports Soft Power Strategy. Journal Of Asian Public Policy, 13(2), 245–260.
Grantham, A. J. (2025). Ready Player Won: A Study Of The Compatibility Of E-Sports With South Korea's Nation-Branding And National Stardom Development (Doctoral Dissertation). Australian National University.
Hong, F. (2021). Sports Diplomacy In The Digital Era: New Practices And Theoretical Considerations. The International Journal Of The History Of Sport, 38(5), 507–524. Https://Doi.Org/10.1080/1750984X.2020.1723122
Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media And The Rise Of Networked Media Sport. Routledge.
International E-Sports Federation. (2024, December 6). Indonesia Wins National Federation Of The Year Award. Https://Iesf.Org/Indonesia-National-Federation-Of-The-Year-Award/
Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual(Ly) Athletes: Where E-Sports Fit Within The Definition Of "Sport". Quest, 69(1), 1–18. Https://Doi.Org/10.1080/00336297.2016.1144517
Luguterah, A. W. (2025). Geopolitical Implications Of E-Sports. Games And Culture. Https://Doi.Org/10.1177/15554120251371422
Manor, I. (2019). The Digitalization Of Public Diplomacy. Palgrave Macmillan.
Murray, S. (2012). The Two Halves Of Sports Diplomacy. Diplomacy & Statecraft, 23(3), 576–592. Https://Doi.Org/10.1080/09592296.2012.706544
Murray, S., Birt, J. R., & Blakemore, S. (2022). E-Sports Diplomacy: Towards A Sustainable "Gold Rush". Sport In Society, 25(8), 1419–1437. Https://Doi.Org/10.1080/17430437.2020.1826437
Nicolescu, L., & Barbu, D. (2024). Nation Branding And Soft Power: The Role Of Sport In Promoting National Image. Journal Of Communication And Marketing, 8(1), 50–64.
Novliana, S., & Cahyani, I. (2024). Strategi Branding Digital Bigetron E-Sports Melalui Media Sosial Instagram. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya, 12(1), 158–176.

Nugroho, A. (2021). Indonesia's E-Sports Industry: Growth, Challenges, And Opportunities. Asia Pacific Foundation Of Canada.
Nye, J. S. (2004). Soft Power: The Means To Success In World Politics. Public Affairs.
Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy And Soft Power. The Annals Of The American Academy Of Political And Social Science, 616(1), 94–109. Https://Doi.Org/10.1177/0002716207311699
Nye, J. S. (2020). Do Morals Matter? Presidents And Foreign Policy From FDR To Trump. Oxford University Press.
ONE E-Sports. (2020). Indonesia Emerges As Southeast Asia's E-Sports Leader.
Pengurus Besar E-Sports Indonesia. (2020). Laporan Perkembangan E-Sports Indonesia 2018–2020.
Pengurus Besar E-Sports Indonesia. (2023). Laporan Tantangan Strategis E-Sports Indonesia.
Precedence Research. (2025, July 7). E-Sports Market Size, Share & Trends Report 2030. Https://Www.Precedenceresearch.Com/Esports-Market
PUBG Mobile E-Sports. (2019). PMCO Fall Split 2019 Global Finals Official Report. Tencent Games.
Rahmawati, D. (2021). The Development Of E-Sports Ecosystem In Indonesia. Journal Of Digital Media & Policy, 12(2), 185–203.
Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. Jurnal Alhadharah, 17(33), 81–95.
Scholz, T. M. (2019). E-Sports Is Business: Management In The World Of Competitive Gaming. Palgrave Macmillan.
Scholz, T. M. (2020). Decoding The World Of E-Sports. International Journal On Media Management, 22(1), 1–12. Https://Doi.Org/10.1080/14241277.2020.1757808
Statista. (2025). E-Sports Market Revenue Worldwide. Https://Www.Statista.Com
Taylor, T. L. (2012). Raising The Stakes: E-Sports And The Professionalization Of Computer Gaming. MIT Press.
The E-Sports Observer. (2019). The Rise Of Southeast Asia: How Bigetron Put Indonesia On The E-Sports Map. Https://Esportsobserver.Com
Wong, D., & Meng-Lewis, Y. (2023). E-Sports Diplomacy: China's Soft Power Construction In The Digital Era. Managing Sport And Leisure, 28(3), 247–269. Https://Doi.Org/10.1080/23750472.2022.2054853