

## ABSTRAK

Penelitian ini mencoba membahas *video game* dari sudut pandang yang berbeda. Penelitian ini menggali lebih dalam aktivitas yang dilakukan oleh para *gamer* Football Manager dalam aktivitasnya bermain *video game*. Di sini, bermain *video game* diposisikan sebagai sebuah cara untuk menginterpretasikan informasi yang didapat dari dunia luar.

Football Manager merupakan *video game* simulasi menjadi pelatih klub sepak bola. Dengan tidak mengandalkan sisi visual, *game* ini lebih menekankan pada akurasi data yang berdasarkan pada sepakbola dunia nyata. Keakuratan data dalam *game* ini menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti. Karena keakuratan data yang dimiliki lantas menjadikan para *gamer* mencari informasi dari luar *game* untuk mendukung pengalaman bermain para *gamer*.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana proses pencarian informasi yang dilakukan oleh para *gamer* Football Manager. Metode yang digunakan adalah etnografi dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara yang dilakukan kepada tiga *gamer* Football Manager yang berdomisili di Yogyakarta dan Jawa Tengah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses pencarian informasi sudah dilakukan sejak *gamer* memutuskan untuk memainkan suatu *game*. Perkembangan zaman turut memengaruhi pilihan media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan suatu informasi. Studi ini juga menunjukkan intertekstualitas sangat kental terasa dalam konteks bermain Football Manager. Selain menggunakan informasi dari luar untuk diterapkan dalam *game*, para *gamer* ternyata juga menggunakan *video game* ini untuk tempat mencari informasi.

**Kata kunci:** *video game*, *gamer*, pencarian informasi, Football Manager, *game* sepakbola digital

## **ABSTRACT**

This research tries to discuss video game games from different perspective. This research digs deeper into the activities of Football Manager gamers in playing the video game. Here, playing video game is positioned as a way of interpreting information from the outside world.

Football manager is simulation video game of becoming a football club manager. Without depending on the visual side, this game stresses more on data accuracy based on football in real life. The data accuracy in this game becomes something interesting to be investigated. Because the data accuracy that is owned directly makes gamers look for information beyond the game to support their gaming experience.

The aim of this research is knowing how Football Manager gamers carry out their information seeking process. The method used is ethnography with participant observation and interview as a technique of collecting data which is done towards three Football Manager gamers who are domiciled in Yogyakarta and Central Java.

The result of this research shows tha information seeking procees has already been carried out since gamers decide to play a game. Current development respectively affects the media preference that used to fullfil the needs of an information. This study also signifies that a very dense intertextuality is felt in the context of playing Football Manager. Other than using information from outside to be applied in the game, it turns out gamers use this video game as a place to seek information.

**Keywords:** video game, gamer, information seeking, Football Manager, digital football game