

ABSTRAK

Ligagame Esports merupakan agensi penyiaran *esports* tertua di Indonesia yang telah memproduksi tidak kurang dari seribu siaran turnamen. Indonesia Esports League University Super Series (IEL) merupakan salah satu turnamen *esports* yang siarannya konsisten diproduksi oleh Ligagame Esports sejak pengadaan pertamanya pada 2019 hingga pengadaan ketiganya pada 2021. Selama dua tahun pertama penyelenggaraan IEL, siaran pertandingan IEL berhasil mendapat peningkatan jumlah penonton sehingga ajang ini dinominasikan ke dalam ajang Indonesian Esports Award 2020. Namun di balik pencapaiannya, siaran IEL selama ini hanya diproduksi oleh kru teknis dengan jumlah yang sangat terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk menguak manajemen produksi siaran pertandingan utama dari IEL 2021 yang pada Januari hingga Mei 2021 dilangsungkan oleh Ligagame Esports. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara semiterstruktur terhadap lima kru produksi dan observasi nonpartisipan saat proses produksi. Kemudian, analisis data peneliti lakukan dengan analisis data kualitatif Miles & Huberman yang peneliti elaborasikan dengan konsep manajemen produksi siaran *live streaming*, manajemen produksi siaran *esports*, dan empat fungsi manajemen sebagai kerangka berpikir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ligagame Esports memproduksi siaran pertandingan utama IEL 2021 dengan mekanisme produksi berbeda untuk tiap babak pertandingan dan gim, di mana setiap eksekusi proses produksi ini didasarkan kepada relasi vendor–klien antara Ligagame Esports dengan Mix 360 Esports selaku panitia IEL 2021. Agar siaran pertandingan IEL 2021 mampu menjadi tontonan yang bernarasi kuat, maka sutradara melakukan pengontrolan terhadap tiga elemen kunci, antara lain: 1) sudut pandang permainan yang dipertontonkan; 2) performa *shoutcaster*; dan 3) penggunaan berbagai aset siaran, termasuk materi promosi. Pengontrolan seluruh elemen ini oleh sutradara pada praktiknya dapat berjalan maksimal meski beberapa kru harus bekerja secara multiperan. Sementara itu, para kru produksi tak jarang menemui beberapa kendala sehingga mereka terus berupaya menjaga kondusivitas proses produksi dengan langsung mengadakan evaluasi begitu menemukan kesalahan yang terjadi selama proses siaran.

Kata kunci: manajemen produksi, siaran pertandingan *esports*, IEL 2021, Ligagame Esports, studi kasus.

ABSTRACT

Ligagame Esports is the oldest esports broadcasting agency in Indonesia that has produced no less than a thousand tournament broadcasts. Indonesia Esports League University Super Series (IEL) is one of the esports tournaments whose broadcasts have been consistently produced by Ligagame Esports since its first broadcast in 2019 until its third event in 2021. During the first two years of IEL, IEL match broadcasts managed to get an increase in the number of viewers so that this event was nominated for the Indonesian Esports Award 2020. But behind this achievement, IEL broadcasts have so far only been produced by a very limited number of technical crews.

This study aims to reveal the production management of the main match broadcasts from IEL 2021 which is held from January to May 2021 by Ligagame Esports. The research method used in this study is a descriptive case study with primary data collection techniques in the form of semi-structured interviews with five production crews and non-participant observations during the production process. Then, the researcher analyzed the data using Miles & Huberman qualitative data analysis, which the researcher elaborated on the concepts of live streaming broadcast production management, esports broadcast production management, and four management functions as the theoretical framework.

The results of this study indicate that Ligagame Esports produces broadcasts of the main IEL 2021 matches with different production mechanisms for each round of matches and games, where each execution of this production process is based on the vendor–client relationship between Ligagame Esports and Mix 360 Esports as the IEL 2021 committee. In order for IEL 2021 match broadcast to be able to become a show with a strong narrative aspect, the director has to control these three key elements, including: 1) the point of view of the game footages being shown; 2) shoutcasters performance; and 3) utilization of various broadcast assets, including promotional materials. Control of all these elements by the director in practice can run optimally even though some crews have to work in multiple roles. Meanwhile, the production crew often encounters several obstacles, so they continue to strive to maintain the conduciveness of the production process by directly conducting an evaluation when they find errors that occur during the broadcast process.

Keywords: production management, esports match broadcast, IEL 2021, Ligagame Esports, case study.