

## ABSTRAK

Penelitian ini didorong oleh adanya inovasi-inovasi dari perusahaan yang bergerak dalam industri *arcade game* untuk memenangkan pasar. Dalam upaya persaingan merebut pasar, para perusahaan tidak hanya membuat produk baru, namun juga membangun komunitas yang kuat. Objek dalam penelitian ini adalah komunitas Pump It Up, yang memiliki 140 sub-komunitas yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Pump It Up adalah sebuah produk permainan dari perusahaan Andamiro yang berasal dari Korea. Permainan Pump It Up ini dapat kita temui di 30 negara.

Penelitian ini mendeskripsikan bahwa di dalam komunitas terdapat budaya yang terbentuk atas adanya interaksi yang terjadi secara terus menerus antaranggota, baik itu dalam pertemuan secara langsung, maupun termediasi oleh media penghubung seperti internet. Budaya dalam komunitas ini cenderung mengacu pada kegiatan World Pump Festival yang merupakan acara kompetisi tingkat dunia yang diselenggarakan oleh Andamiro.

Penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan teknik analisis deskriptif. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung dalam segala kegiatan komunitas untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam. Informan primer dalam penelitian ini adalah anggota komunitas yang telah bergabung selama lebih dari 5 tahun, memiliki banyak kontribusi, pengalaman, dan prestasi, sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang akurat.

**Kata kunci:** Etnografi, Budaya, Interaksi, Komunitas Online, *Arcade Game*, *Pump It Up*, *Video Game*, *Andamiro*

## **ABSTRACT**

*This research was encouraged by the existence of company innovations in their attempt to win the market in Arcade game industry. In so doing, the companies did not only create new products but also attempted to build a strong community. The object of the research is the community of PIU, which has 140 sub-communities spreading around Indonesia. PIU is a game product from Andamiro company of Korea, whose owner can be found in 30 countries.*

*The research described that in the community there is a culture formed by the interaction happening continuously in the community either appear by itself or mediated by internet. The created culture is also related to the community orientation on WPF which is a formal world level competition held by Andamiro.*

*The research used ethnographic method employing descriptive-analysis technique. The researcher field research in the various community activities to obtain deeper information. The informants were the members of the community who have become the members for more than 5 years, and have lots of contribution, experience and have good achievements so that it makes it easy for the researcher to obtain adequate and accurate information.*

***Keywords: Arcade Game, Pump It Up, Video Games, Online Community, Andamiro, Ethnography Studies***



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Studi Etnografi Pada Komunitas Arcade Game "Pump It Up" di Indonesia**  
DEVINA FLETA PRILLAMASITA, Ardian Indro Yuwono, S.I.P, M.A  
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>