

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era yang semakin moderen ini meningkatnya popularitas *electronic esport* atau biasa di sebut dengan *E-sport*, menjadi magnet bagi sebagian orang untuk mencoba bermain game. Peralatan yang mendukung bermain game pun menjadi incaran. Tidak hanya *Smarthphone*, laptop *gaming*, dan merakit *PC gaming*, para *gamers* juga akan memiliki aksesoris *gaming* lainnya guna menunjang permainan mereka dalam bermain game. Aksesoris atau peralatan tambahan untuk bermain game sering di sebut *gaming gear* yang meliputi *keyboard*, *mouse*, *headset* dan *mousepad* (RexusID, 2019).

Bagi penggemar game mungkin aksesoris tambahan tersebut tidak wajib digunakan dalam bermain game, tetapi bagi para *gamer* atau orang yang menggeluti dalam bidang e-sport menjadi faktor pendukung untuk menunjang performa saat bermain game, terutama aksesoris *headset*. *Headset* menjadikan salah satu kebutuhan utama dalam menunjang performa, dengan menggunakan *headset* yang persisi dan menghasilkan suara yang jelas pada saat bermain game dapat membantu mengetahui pergerakan musuh. Adanya *microfon* tambahan dapat digunakan untuk memperlancar komunikasi antar teman *team* mereka untuk meningkatkan permainan (RexusID, 2019).

Terlepas dari desain dan inovasi yang diciptakan dari berbagai *headset* game di kalangan gamer, memiliki kegunaan terpenting pada *headset* game yaitu dengan memiliki *headset* yang persisi, detail dan jernih dapat mendengar sumber suara berasal, kenyamanan dan yang terpenting didukung fitur *Active Noise Concelling* (ANC) sebab fitur ini sangat penting untuk menghalang frekuensi suara dari luar ataupun disekitar orang yang sedang bermain (RevivalTV, 2016).



Gambar 1.1 Headset Yang Membantu Gamer Saat Bermain Game

Sumber : <https://s3.bukalapak.com/img/81456197692/large/data.jpeg.webp>

Saat ini *headset* terkadang tidak hanya dipandang sebagai aksesoris pendukung saja, namun juga sebagai cerminan pribadi dari pemilik *headset* tersebut. Tidak jarang dalam bermain game, *headset* menjadikan sebuah prestige seorang gamer. Semakin mewah *headset* yang digunakan, menunjukkan semakin tinggi prestige orang tersebut (Computradetech.com, 2017). Pentingnya memahami perilaku konsumen menjadikan perhatian perusahaan industri perangkat keras salah satunya merupakan aksesoris game seperti *headset* yang begitu banyak diminati bagi para gamers sehingga menjadikan peluang usaha yang cukup subur khususnya di Indonesia.

Bukan hanya satu produk saja, melainkan banyak produk baru kini bermunculan untuk bersaing dalam bidang aksesoris game tersebut. Dengan maraknya muncul toko retail, kini hadir guna memenuhi kebutuhan bagi para gamer dengan menyediakan berbagai pilihan dalam ketersediaan produk *gaming* tersebut. (Computradetech.com, 2017). Dengan persaingan produsen di bidang produk *gaming* yang ditunjukkan dari berbagai macam pilihan produk yang beredar di pasar. Beberapa produk yang beredar di pasaran khususnya di Indonesia yaitu Logitech, Steelseries, Razer, Digital alliance, Sades, Eblue dan Rexus (Computradetech.com, 2017).

Permainan *gaming* saat ini banyak digemari oleh masyarakat, terlebih dengan adanya *e-sport* yang menjadikan olahraga berbasis *video game* ini sehinggabanyak yang menekuninya secara professional. *E-Sport* saat ini sudah menjadi bisnis yang besar dan potensi keuntungan

yang besar. Peluang yang cukup besar dalam perkembangan *e-sport* ini membuat perusahaan peripheral ikut serta berpartisipasi dengan memproduksi produk *gaming* pendukung dalam permainan *gaming* ini dengan meluncurkan merek Fantech. Fantech sendiri merupakan produk yang dikembangkan oleh perusahaan *gaming* peripheral dari Indonesia yang didirikan pada tahun 2009 oleh tiga bersaudara. Fantech dengan cepat mulai meningkatkan produk dan jangkauan pasar dengan cepat, dengan mimpi membantu para *gamer* untuk bersiap dan menang.

Fantech memiliki logo “ Wings ” yang menjadi simbolis dari tujuan Fantech untuk membantu para *gamer* mencapai potensi tertinggi mereka, dengan fokus pada kualitas (fantech.id/about-us). Fantech juga berfokus pada penyediaan produk game untuk *gamer* dari segala usia, serta E-sports, melalui sponsor produk dan duta besar. Sampai saat ini, Fantech telah mensponsori beberapa tim E-sports di Asia Tenggara, Serta pemain individu di negara lain di seluruh dunia. Slogan “ *Gear Up and Win* ” diciptakan dengan tujuan membantu para *gamer*, dengan mendukung mereka sepanjang perjalanan *gaming* mereka. Fantech memiliki lebih dari 20 kantor di seluruh dunia, dan diakui sebagai salah satu merek yang berkembang pesat untuk para *gamer* di Asia Tenggara, Oseania, Amerika Selatan, Timur Tengah, dan sedang berkembang di AS dan Eropa (fantech.id/about-us).



Gambar 1.1. 1 : Fantech ValorMH86-Mint Edition

Sumber : <https://www.goodgamingshop.com/product/fantech-valor-mh86-mint-edition>

Produk *Headset* Fantech dikenal memiliki desain yang simple dan terkesan minimalis, selain itu meski terbuat dari plastik, *headset* ini mempunyai build quality yang cukup kuat dan kokoh sehingga nyaman digunakan saat bermain game.

Kelebihan lain dari *headset* Fantech ini yaitu memiliki fitur *virtual surround 7.1* berbasis *hardware*, serta yang paling diunggulkan dari produk ini yaitu menggunakan *Active Noise Cancelling (ACN)* yang berfungsi sebagai penghalang frekuensi suara masuk dari luar agar pengguna tidak terganggu dengan adanya suara disekitar. Selain itu mikrofon yang digunakan memiliki fitur *noise cancellation*, yang berfungsi memperjelas suara kita (shopping.tribunnews.com).

Keunggulan yang ditawarkan dari *Headset Gaming* Fantech ini menjadikan pembeda dengan produk *headset* game lainnya, sehingga menjadi pilihan bagi para gamer ataupun orang yang fokus dalam dunia kompetitif sebagai aksesoris pendukung dalam bermain game. Promosi yang dilakukan oleh Fantech yaitu menggunakan media sosial sebagai informasi produk, serta toko-toko *gaming* untuk menawarkan produk, dan menjadikan sponsorship pada tim Esport (Pratama, 2018). Fantech telah mensponsori beberapa tim esport di Asia Tenggara dan memiliki beberapa partner yang pernah bekerja sama dengan Komunitas E-sport dan media yang membahas tentang E-sport yaitu Unipin, Metaco, Revival Tv, Evos, Kompas.com, RRQ, Detik.com, Skor.id, Luna Nera, Bola.com (fantech.id/about-us).



Gambar 1.1. 2 : Beberapa Logo Yang Telah Bekerja Sama Dengan Fantech

Sumber : <https://fantech.id/about-us>

Headset gaming ini menjadi penting khususnya bagi pemain game untuk *e-sport* dikarenakan memiliki kelebihan dibandingkan dengan headphone audio. Hal ini dikarenakan *headset gaming* memiliki kelebihan diantaranya adalah biasanya memiliki fitur *blocking noise* yang berasal dari luar sehingga pemain dapat lebih fokus untuk bermain game dan juga orang luar tidak mendengar suara permainan sehingga membuat orang di sekitar pemain game lebih nyaman. *Headset gaming* juga mempunyai fitur mic yang dapat dipergunakan untuk

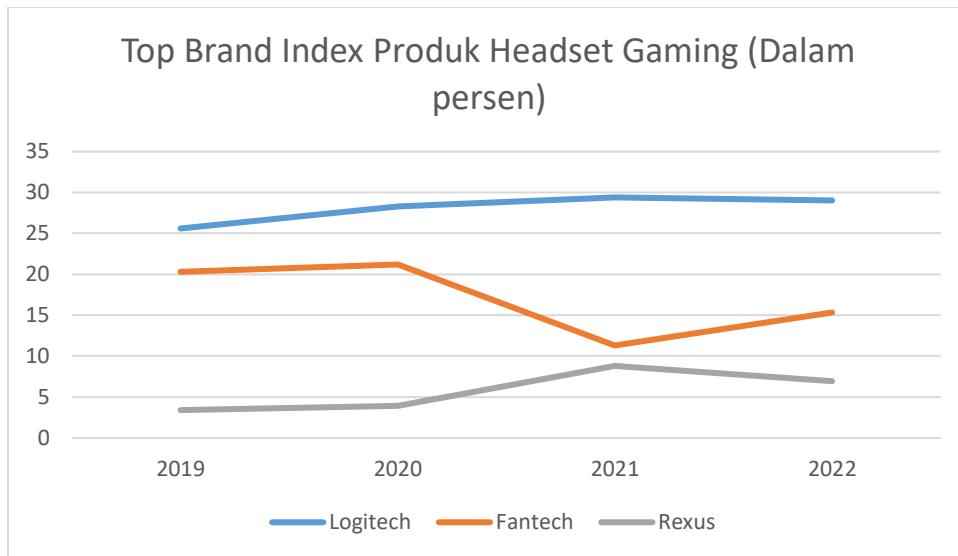
komunikasi tanpa harus mengetik melalui keyboard sehingga pemain dapat mengatur strategi dengan rekan setim untuk memenangkan pertandingan (Jarvis, 2019).

Pada kalangan penggemar game khususnya yang memperhatikan aksesoris pendukung saat bermain game, menjadikan sebuah merek sebagai pembeda produk satu dengan produk lainnya. Merek atau *brand* merupakan sebuah nama, tanda, simbol, serta desain dan dapat disimpulkan menjadi satu untuk mengidentifikasi serta membedakan produk yang ditawarkan dengan produk pesaing. Dengan adanya merek dapat memunculkan anggapan konsumen terhadap produk yang telah mereka pakai. Berikut merupakan skor TBI (*Top Brand Index*) untuk *headset gaming* dari beberapa merk.

Pada penelitian kali ini berdasarkan Top Brand Index peneliti melakukan analisis mengenai *citra merek* dari produk *headset gaming* Fantech, yang di mana merek ini selalu menduduki peringkat ke dua sejak tahun 2019 - 2022 dengan persentase 20.3% di tahun 2019, 21,2% di tahun 2020, 11,3% di tahun 2021, dan 15,3% di tahun 2022. Berikut merupakan tabel TBI (*Top Brand Index*) serta grafik perubahan TBI untuk produk *headset gaming* pada tahun 2019 – 2022.

Tabel 1. 1 : Top Brand Index (TBI) Dari Headset Gamig Dari Tahun 2019-2022

| Merk | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Fantech | 20.3% | 21.2% | 11.3% | 15.3% |
| Logitech | 25.6% | 28.3% | 29.4% | 29% |
| Rexus | 3.4% | 3.9% | 8.8% | 6.9% |
| NYK | - | 1.5% | 5.4% | 4% |
| Razer | - | 1.2% | 0.7% | 0.9% |



Gambar 1.1. 3 : Grafik Perubahan TBI Headset Gaming

Berdasarkan grafik TBI untuk produk headset *gaming*, diketahui TBI untuk merk Fantech cenderung fluktuatif dan selalu dibawah dari merk Logitech, yang membuat TBI merk Fantech selalu di urutan ke-2 pada tahun 2019-2022. Walaupun harga dari merk Fantech jauh lebih murah dari merk Logitech. Sehingga peneliti memilih produk headset gaming Fantech sebagai objek penelitian, karena dengan performa dan kualitas yang hampir sama dan harga yang terjangkau, namun belum bisa mengalahkan indeks brand Logitech yang memiliki indeks yang berada di atas merk Fantech, padahal memiliki harga yang lebih tinggi dengan performa dan kualitas yang hampir sama.

Bisa dikatakan *headset gaming* fantech selalu di urutan no-2 untuk TBI untuk setiap tahunnya, sehingga bisa dikatakan bahwa *headset gaming* fantech belum bisa mengungguli logitech, yang bisa disebabkan oleh beberapa hal, yaitu umur merk yang terlampau jauh (dalam hal ini merk fantech lebih baru dari logitech yang berdiri pada tanggal 2 Oktober 1981), sehingga pengalaman logitech yang lebih tinggi, dan juga bisa disebabkan oleh tingkat kepercayaan akan suatu produk, karena fantech merupakan produk yang cukup baru dan produk yang belum banyak beredar di masyarakat. Namun hal itu bisa menjadi tantangan maupun kesempatan bagi pihak fantech dalam menciptakan suatu produk terutama *headset gaming* dengan kualitas yang maksimal, namun dapat dijangkau dengan budget yang lebih rendah dari produk logitech yang cenderung lebih mahal dari *headset gaming* di pasaran.

Penelitian analisis mengenai citra merek dari headset *gaming* merk Fantech ini akan di lakukan pada anggota komunitas Gamers di Game net cafe yang ada di Surabaya. Berdasarkan hasil wawancara awal peneliti pada anggota komunitas Gamers ini dapat diketahui terkait

keunikan, manfaat, keunggulan dari kualitas produk *headset gaming* Fantech ini melalui komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dari pesan-pesan yang disampaikan tersebut sampai kepada target sasaran yang dituju yaitu para pengguna yang berprofesi sebagai seorang gamers atau bisa di sebut juga para pemain game mempunyai anggapan terkait dengan produk *headset gaming* merek Fantech tersebut, hal ini yang disebut dengan brand image.

Menurut Susanto (dalam Farid Yuniar Nugroho, 2011:11), *brand image* adalah apa yang dipersepsikan oleh konsumen mengenai sebuah merek. Untuk membangun sebuah *citra merek*, terutama citra yang positif menjadi salah satu hal yang penting. Oleh karena itu dibutuhkan upaya yang tepat dengan menyampaikan pesan-pesan merek kepada konsumen. Pesan-pesan perusahaan untuk membentuk brand image di mata konsumen ini adalah merupakan komunikasi dari perusahaan kepada konsumen, yang dapat dilakukan dengan upaya komunikasi pemasaran sehingga perusahaan dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada.

Game net cafe adalah sebuah wadah atau tempat yang dipusatkan untuk memberikan hiburan dan informasi tentang perkembangan game dan semua hal yang berhubungan dengan game. Di tempat ini juga di gunakan sebagai tempat berkumpulnya para gamers untuk berkomunikasi maupun bermain game, sebageian besar para gamers yang bermain di game net cafe tersebut merupakan pelanggan tetap yang berdomisili di Surabaya. Pemilihan kota Surabaya mrnjadi tempat penelitian karena banyak game net cafe yang berlokasi di Surabaya, game net cafe juga menyediakan fasilitas yang di khusus kan untuk bermain game agar para pelanggan yang mayoritas memiliki hobi bermain game atau biasa kita kenal dengan seorang gamers untuk bermain di game net tersebut. Selain menyediakan fasilitas berupa PC dan *gaming* gear yang di sediakan pihak game net cafe juga menyediakan paket khusus yang tergabung sebagai anggota pada saat bermain game di game net cafe tersebut.

Subjek pemilihan narasumber yaitu para anggota, pengunjung atau pelanggan dari beberapa Game net cafe yang ada di Surabaya, yang mayoritas memiliki hobi bermain game dan beberapa ada juga yang berprofesi sebagai seorang gamers. Dari hasil study terdahulu penulis dengan melakukan wawancara dapat di ketahui bahwa sebagian anggota telah menggunakan *headset gaming* Fantech. Anggota dari komunitas gamers ini yang penulis wawancarai menganggap bahwa permainan game tidak hanya sekedar untuk menyalurkan hobi bermain game saja, akan tetapi juga dapat untuk menambah pengalaman pada saat bermain

game terutama jika mengikuti sebuah kompetisi atau pertandingan, saling bertukar pengalaman dan ilmu tentang bermain game dari sesama anggota komunitas dan diharapkan juga dapat melangkah ke pemain game yang profesional. Oleh karena itu untuk mendukung hal tersebut, para player game yang membutuhkan sarana pendukung yang berkualitas untuk berkomunikasi satu sama lain di dalam game dengan tim dan temannya, atau melakukan voice chat di dalam game pada saat bermain game salah satu contohnya seperti menggunakan *headset gaming* khusus.

Penelitian sebelumnya yang menjadi inspirasi dalam penelitian ini adalah “*Brand Image Headset Gaming Hiper X Menurut Anggota Komunitas Discord Aroki Esport Yogyakarta*” yang di lakukan oleh Aloysius Andryanto Wibowo (2021). Dalam penelitian tersebut melihat tentang bagaimana *Brand Image* atau *Citra Merek* pada salah satu merek dari *headset gaming* Hyper X sebagai salah satu Merek yang cukup populer dikalangan para gamers di Indonesia khususnya dari pandangan para anggota komunitas discord Aroki Esport di Yogyakarta. Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian tersebut membahas tentang Gaming Peripheral Headset Gaming Sedangkan perbedaan dari penelitian diatas ada pada objek dan subjek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis meneliti tentang apa yang menjadi faktor keputusan pembelian *Headset Gaming* Fantech pada komunitas Gamers khususnya di Game net cafe yang berlokasi di Surabaya dengan wawancara secara langsung ataupun melalui sebuah platform seperti discord.

Bermain game kini menjadi *Lifestyle* bagi para gamer serta dapat menciptakan peluang bisnis bagi produsen. Dalam ranah industri hardware khususnya pada aksesoris pendukung game yaitu *headset game* menunjukkan cukup banyak produsen untuk bersaing dalam dunia industri hardware. Banyaknya produk sejenis yang menjadikan pentingnya dalam memperkuat suatu merek atau brand dan menanamkan suatu citra merek pada kalangan konsumen agar Merek tersebut melekat di benak konsumen. Maka dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana suatu Citra Merek *Headset Gaming* Fantech sebagai salah satu Brand atau Merek *Headset Gaming* yang dapat bersaing dalam bidang industri *Headset Gaming* untuk memperkuat *citra merek* terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut pada anggota komunitas Gamers yang berada di Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan permasalahan dari penelitian ini:

- 1) Apa yang Menjadi Pertimbangan konsumen komunitas Gamers di Surabaya dalam membeli headset gaming merek fantech ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah yang menjadi pertimbangan kenapa komunitas gamers di surabaya membeli headset gaming merek fantech.

1.4 Manfaat Peneitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberikan tambahan tentang kajian studi serta referensi mengenai produk, khususnya dalam penelitian ini adalah produk *headset* game dengan merek Fantech. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk para peneliti yang ingin meneliti dibidang *e-sport*.

14.2 Manfaat Praktis

Menjadi masukan dan evaluasi bagi Fantech sebagai salah satu *brand* atau merek headset gaming dalam melakukan *branding* dan menginformasikan maupun pemasaran produk.