

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian pada naskah ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan IESF *World Esports Championships 2022* di Bali berhasil dimanfaatkan Indonesia sebagai wahana nation branding yang terpadu melalui kerangka *Competitive Identity* (Anholt). Cakupan dan legitimasi IESF sebagai federasi global terilustrasi oleh sebaran keanggotaan lintas benua menyediakan panggung internasional yang luas untuk memproyeksikan citra Indonesia.

Governance. Pemerintah menampilkan tata kelola yang efektif lewat koordinasi Pengurus Besar ESI, penyederhanaan perizinan, pengamanan lintas instansi, kesiapan venue serta jaringan berstandar internasional, dan penguatan kepercayaan pasca pandemi melalui capaian vaksinasi Bali yang tinggi. Seluruh rangkaian ini memproyeksikan Indonesia sebagai tuan rumah yang profesional, aman, dan adaptif terhadap tuntutan event digital global. *Exports.* Ajang ini membuka etalase produk teknologi dan kreatif Indonesia: penggunaan konten animasi lokal dalam materi siaran/pembukaan, showcase game lokal mis. *Battle of Guardians* serta kurasi UMKM (perak Celuk, produk bambu, aromaterapi, tekstil) dan kuliner nusantara bagi delegasi. Strategi ini memperluas visibilitas merek-merek Indonesia, mendorong permintaan global, serta mengundang investasi dan kolaborasi lintas-negara pada sektor digital. *Tourism.* Integrasi *esports* pariwisata memperkuat positioning Bali sebagai destinasi global yang siap menjadi tuan rumah acara digital-hiburan. Paparan siaran langsung multi-platform dengan capaian jutaan penonton mempromosikan lanskap dan budaya Bali, serta diproyeksikan berkontribusi pada pemulihan dan pertumbuhan kunjungan wisatawan internasional pasca event.

Culture. Indonesia berhasil menampilkan hibriditas tradisi–modernitas: panggung bernuansa ornamen Bali berdampingan dengan layar LED pertunjukan Tari Kecak/Legong dan gamelan, serta tiga maskot Kayi, Waci, Mana yang merepresentasikan nilai Tri Kaya Parisudha sekaligus fauna asli Indonesia. Integrasi ini meningkatkan pengakuan global atas warisan budaya sekaligus citra inovatif Indonesia. *People.* Atlet Indonesia berperan sebagai duta bangsa melalui performa kompetitif (gelar juara pada beberapa nomor, mis. MLBB/Dota 2), etika dan sportivitas, serta jangkauan digital mereka. Semuanya memperkuat persepsi positif terhadap kualitas SDM dan karakter bangsa. *Investment.* Momentum event memantik arus modal dan kemitraan di ekosistem gim/*esports* (contoh pendanaan ke studio lokal serta kemitraan klub dengan lembaga global) dan mendorong wacana kemudahan visa/tenaga ahli digital, yang bersama-sama menegaskan Indonesia sebagai pasar dan basis produksi yang menarik di Asia Tenggara.

Secara keseluruhan, IESF 2022 di Bali menunjukkan bahwa strategi lintas-pilar yaitu *governance, exports, tourism, culture, people, dan investment* dapat menghadirkan pesan merek nasional yang konsisten: Indonesia sebagai negara stabil, ramah, kaya budaya, dan kompeten secara digital. Dampak jangka menengah–panjang yang diantisipasi meliputi percepatan pemulihan pariwisata, tumbuhnya ekspor kreatif-digital, peningkatan FDI, penguatan ekosistem talenta, serta pengukuhan posisi Indonesia sebagai hub *esports* dan ekonomi kreatif di kawasan. Temuan ini memberi bukti bahwa event *esports* kelas dunia bukan sekadar kompetisi, melainkan instrumen soft power yang efektif ketika ditopang tata kelola, kurasi budaya, dan orkestrasi pemangku kepentingan yang solid.

4.2 Saran

Pertama, bagi pemerintah, penyelenggaraan IESF World Esports Championship 2022 sebaiknya dijadikan momentum untuk memperkuat regulasi serta dukungan terhadap

infrastruktur digital di Indonesia. Pemerintah dapat mengembangkan kebijakan yang berfokus pada keberlanjutan event internasional serupa, sehingga tidak berhenti pada satu kali penyelenggaraan. Selain itu, penting untuk memasukkan esports sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya dan ekonomi digital Indonesia. Pemerintah juga perlu memperluas kebijakan imigrasi serta investasi yang lebih ramah bagi talenta asing maupun perusahaan global di bidang esports, sehingga Indonesia semakin dikenal sebagai negara terbuka dan siap berkolaborasi dalam industri digital internasional.

Kedua, bagi industri esports dan kreatif di Indonesia, perlu adanya upaya untuk mengoptimalkan momentum yang telah tercipta dari IESF 2022. Hal ini dapat dilakukan dengan memproduksi lebih banyak game lokal yang mengangkat budaya dan kearifan lokal Indonesia agar dapat bersaing di pasar internasional. Selain itu, pelaku industri perlu memperluas jaringan kerja sama dengan sponsor global, investor, serta komunitas esports internasional. Langkah ini tidak hanya memperkuat posisi ekosistem esports dalam negeri, tetapi juga membantu menciptakan daya saing yang lebih tinggi di tingkat global.

Ketiga, bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian tentang esports sebagai instrumen *nation branding* masih memiliki ruang eksplorasi yang luas. Studi di masa mendatang dapat dilakukan dengan pendekatan komparatif, misalnya membandingkan strategi Indonesia dengan negara lain seperti Korea Selatan atau Tiongkok yang telah berhasil menggunakan esports sebagai bagian dari diplomasi budaya mereka. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji dampak jangka panjang dari penyelenggaraan IESF 2022, baik terhadap pariwisata, ekspor digital, maupun arus investasi asing. Pendekatan kuantitatif seperti analisis data kunjungan wisatawan atau perkembangan pasar game pasca event akan memberikan hasil yang lebih terukur dan dapat memperkaya literatur akademik mengenai *nation branding* melalui esports