



E-sport sebagai Transformasi Karir Generasi Z: Analisis Uses and Gratifications pada Komunitas Gamer di Yogyakarta

Zaki Raihan Rama Pradipta¹, Muhammad Najih Farihanto²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia, 2200030280@webmail.uad.ac.id

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia, muhhammad.farihanto@com.uad.ac.id

Corresponding Author: 2200030280@webmail.uad.ac.id¹

Abstract: *Digital transformation opens up new career opportunities based on digital media, one of which is through e-sports. However, some previous studies still view e-sports as merely entertainment or a creative industry, while research examining e-sports as a process of career transformation for Generation Z in the analysis of uses and gratifications through the gamer community is still limited. This study aims to analyze e-sports as a career transformation for Generation Z through involvement in the gamer community in Yogyakarta based on the analysis of uses and gratifications. This study uses a descriptive qualitative approach with subjects from the gamer community in Yogyakarta and the ESI DIY institution. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, namely data reduction, data presentation, and conclusion. The results of the study indicate that Generation Z's involvement in e-sports as a career choice is not only driven by entertainment motives, but also by the fulfillment of cognitive, affective, personal identity, integration and social interaction, and escape needs. These findings confirm that e-sports plays a role in shaping Generation Z's career orientation in the digital space. This research contributes to expanding the study of uses and gratifications by showing that gaming media through e-sports not only functions as entertainment consumption but also as a medium for career construction for Generation Z in the digital era.*

Keywords: *E-sports, Career Transformation, Generation Z, Uses and Gratifications, Gamer Community*

Abstrak: Transformasi digital membuka peluang karir baru berbasis media digital, salah satunya melalui *e-sport*. Namun, sebagian penelitian sebelumnya masih memandang *e-sport* sebatas hiburan atau industri kreatif, sementara penelitian yang mengkaji *e-sport* sebagai proses transformasi karier generasi Z pada analisis *Uses and Gratifications* melalui komunitas *gamer* masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *e-sport* sebagai transformasi karier generasi Z melalui keterlibatan dalam komunitas *gamer* di Yogyakarta berdasarkan analisis *Uses and Gratifications*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan subjek komunitas *gamer* di Yogyakarta dan lembaga ESI DIY.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan generasi Z dalam *e-sport* sebagai pilihan karir tidak hanya didorong oleh motif hiburan, tetapi juga oleh pemenuhan kebutuhan kognitif, afektif, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta pelarian. Temuan ini menegaskan bahwa *e-sport* berperan dalam membentuk orientasi karir generasi Z diruang digital. Penelitian ini berkontribusi memperluas kajian *uses and gratifications* dengan menunjukkan bahwa media *game* melalui *e-sport* tidak hanya berfungsi sebagai konsumsi hiburan, tetapi juga sebagai medium konstruksi karir generasi Z pada era digital.

Kata Kunci: *E-sport*, Transformasi Karir, Generasi Z, *Uses and Gratifications*, Komunitas Gamer

PENDAHULUAN

Transformasi digital tidak hanya menghadirkan inovasi dalam bidang teknologi informasi, tetapi juga melahirkan berbagai bentuk aktivitas ekonomi baru berbasis digital yang turut mempengaruhi orientasi karier generasi muda. Salah satu fenomena yang berkembang pesat dalam ekosistem digital tersebut adalah *electronic sport (E-sport)* merupakan bentuk kompetisi permainan digital yang memanfaatkan teknologi komunikasi dan platform digital sebagai media utama dalam penyelenggaraannya, sehingga memadukan unsur hiburan, teknologi, dan interaksi sosial dalam ruang virtual (Yuliawan & Bekti, 2021).

Pertumbuhan industri *e-sport* di Indonesia didukung oleh tingginya jumlah pengguna internet dan *game online*. Laporan We Are Social tahun 2022 dalam (Dharma, 2025) menunjukkan bahwa sekitar 94,5 % pengguna internet di Indonesia pernah memainkan *game online*, sementara Kementerian Komunikasi dan Informatika memperkirakan jumlah pengguna *game* akan mencapai 192,1 juta pada tahun 2025 (Firmansyah, 2024). Pada tingkat lokal, seperti turnamen Arena Fest 2025 yang digelar oleh UKM *E-sport* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mencatat 510 peminat *e-sport* yang didominasi oleh generasi Z, terdiri dari 300 peserta turnamen dan 210 partisipan yang hadir secara langsung di babak final (Yogyakarta, 2025). Selain itu, turnamen Fun Match Muda Menyala *E-sport Competition* terdapat 110 partisipan *e-sport* (Hapsari, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa ekosistem *game* digital memiliki basis pengguna yang besar dan berpotensi mendorong berkembangnya industri *e-sport*, baik dalam bentuk kompetisi profesional, industri konten digital, maupun profesi lain seperti *shoutcaster*, pelatih, analis tim, manajer tim, hingga *content creator gaming* (Susanti et al., 2023).

Namun, perkembangan *e-sport* sebagai peluang karir masih menghadapi tantangan sosial di masyarakat. Aktivitas bermain *game* sering dipersepsikan secara negatif karena dianggap hanya sebagai bentuk hiburan yang tidak produktif. Persepsi ini juga muncul dalam lingkungan keluarga salah satunya Subardi sebagai orang tua menyatakan bahwa menjadikan *game e-sport* sebagai karir merupakan pilihan yang kurang meyakinkan dan sulit untuk diwujudkan. Padahal, dalam praktiknya industri *e-sport* telah berkembang menjadi sektor ekonomi digital yang melibatkan berbagai profesi, tidak terbatas pada pemain profesional (Sehabudin et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan industri *e-sport* dengan persepsi sosial masyarakat terhadap profesi di bidang tersebut.

Fenomena perkembangan *e-sport* juga dapat terlihat di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki potensi dalam pengembangan *e-sport*. Salah satu contohnya adalah penyelenggaraan turnamen *e-sport DOTA 2* dan *Mobile Legends* pada tahun 2019 sebagai cabang olahraga baru dalam ajang SEA Games serta kegiatan AXIS Esports Labs yang diselenggarakan oleh EVOS Esports untuk permainan *Free Fire* yang diikuti oleh sekitar 60

tim dengan usia peserta antara 15 hingga 24 tahun. Berdasarkan hasil wawancara, salah satu peserta turnamen Muhammad Rizki, menyatakan bahwa partisipasinya didorong oleh minat terhadap game sekaligus harapan untuk mengembangkan potensi karir di bidang *e-sport*. Hal serupa disampaikan oleh Yuda, peserta Fun Match Muda Menyala Esport Competition di Sleman, yang menilai bahwa kompetisi *e-sport* memberikan ruang bagi generasi muda untuk menyalurkan minat dan bakat sekaligus membuka peluang karir di industri *e-sport*.

Meskipun *e-sport* semakin berkembang, kajian akademik yang menempatkan *e-sport* sebagai penggunaan media dalam membangun orientasi karir generasi muda masih relatif terbatas. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas *e-sport* dalam perspektif industri kreatif, ekonomi digital, atau budaya populer dan tidak membahas tentang *e-sport* yang memiliki potensi karir bagi generasi Z. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) serta kebaruan dalam melihat fenomena *e-sport* melalui perspektif komunikasi, khususnya tentang *e-sport* sebagai transformasi karir dengan pendekatan teori *Uses and Gratifications*. Teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Elihu Katz dan Herbert Blumer (1974) dalam (Muhammad Haffizd1, Ainur Ropik2, 2024) menjelaskan peran aktif khalayak dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, serta interaksi sosial. Dalam konteks *e-sport*, penggunaan media *game online* oleh generasi Z tidak hanya sebagai bentuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk secara aktif memanfaatkan media *game online* sebagai ruang untuk membangun identitas sekaligus mengeksplorasi peluang karir di industri *e-sport* (Salsabila et al., 2025).

Perbedaan persepsi *e-sport* sebagai karir menunjukkan adanya ketimpangan antara ekspektasi dan realitas yang mana *e-sports* dapat membuka peluang membangun karir di bidang *e-sport*, namun masih terdapat persepsi sosial yang memandang *game e-sport* sebagai karir kurang meyakinkan. Kondisi ini menarik untuk dikaji lebih lanjut khususnya bagaimana generasi Z memaknai penggunaan media *game online* sebagai strategi pemenuhan kebutuhan dan peluang karir. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana *e-sport* dapat dijadikan sebagai transformasi karir generasi Z melalui keterlibatan dalam komunitas *gamer* di Yogyakarta berdasarkan analisis *uses and gratifications*. Penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai *literature* tambahan dalam membuka pengetahuan tentang peluang karir di era digital termasuk membuktikan *e-sport* dapat menjadi transformasi karir yang berpotensi. Penelitian ini ditujukan kepada generasi Z yang memiliki minat untuk berkarir didunia *e-sport* namun mengalami ketimpangan seperti persepsi negatif atas pilihan karirnya. Sehingga, penulis berharap pembaca dapat lebih terbuka dengan peluang karir era digital saat dan dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi.

Tinjauan Teori

a. Uses and Gratifications

Teori *Uses and Gratifications* diperkenalkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 sebagai kritik terhadap model komunikasi yang memandang khalayak sebagai pihak pasif, seperti model teori hipodermik. Adapun dalam Adistri dan Rusman (Adistri & Rusman, 2024) Karts menyatakan bahwa teori ini menekankan audiens memiliki peran aktif dalam memilih media yang digunakan berdasarkan kebutuhan dan tujuan tertentu. Dalam perspektif *Uses and Gratifications*, penggunaan media dipahami sebagai proses yang selektif dan berorientasi tujuan. Individu memiliki kebebasan dalam menentukan media yang mampu memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan mereka. Media tidak diposisikan untuk menentukan perilaku audiens, namun sebagai salah satu sumber yang dapat dimanfaatkan oleh individu untuk mencapai kepuasan tertentu. Salah satu konsep penting dalam teori ini adalah konsep kebutuhan (*needs*) yang menjadi dasar individu dalam menggunakan media. Denis McQuail dalam (Salma et al., 2025) mengklasifikasikan kebutuhan tersebut ke dalam beberapa kategori, yaitu kebutuhan kognitif,

kebutuhan afektif, kebutuhan identitas pribadi, kebutuhan integrasi dan interaksi sosial, serta kebutuhan pelarian.

Kebutuhan kognitif berkaitan dengan upaya individu memperoleh informasi dan pengetahuan baru. Kebutuhan afektif berhubungan dengan pengalaman emosional. Kebutuhan identitas personal berkaitan dengan pembentukan citra diri dan nilai individu. Sementara itu, kebutuhan integrasi sosial berkaitan dengan upaya membangun relasi dengan orang lain, sedangkan kebutuhan pelarian merujuk pada penggunaan media sebagai sarana untuk mengurangi tekanan atau rutinitas kehidupan sehari-hari. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan *game e-sport* oleh generasi Z dapat dipahami sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan tersebut. Game tidak hanya dimanfaatkan sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran strategi permainan, pembentukan identitas sebagai pemain kompetitif, serta ruang interaksi sosial dalam komunitas e-sport. Dengan demikian, media game berpotensi menjadi sarana pengembangan diri sekaligus membuka peluang karir di industri e-sport.

b. Transformasi Sosial

Transformasi sosial merujuk pada proses perubahan yang terjadi secara mendalam dalam struktur, nilai, dan praktik kehidupan masyarakat. Adapun transformasi sosial dalam (Raidifi & Emiyati, 2024) didefinisikan sebagai proses perubahan pada tatanan masyarakat secara keberlanjutan. Perubahan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perkembangan teknologi, dinamika ekonomi, dan perubahan budaya. Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Kondisi ini memengaruhi cara generasi tersebut memandang peluang karir. Jika pada masa sebelumnya pekerjaan formal sering dianggap sebagai pilihan utama, perkembangan teknologi digital kini membuka berbagai alternatif karir yang lebih fleksibel dan berbasis kreativitas (Choeriyah & Assyahri, 2024). Fenomena e-sport sebagai salah satu bentuk transformasi sosial dalam masyarakat digital yang sebelumnya hanya dianggap sebagai hiburan kini mengalami perubahan makna menjadi bagian dari industri kreatif digital terutama dalam melihat peluang karir profesional pada industri *e-sport* (Gozali et al., 2023). Pergeseran ini menunjukkan adanya perubahan nilai dalam masyarakat terhadap aktivitas digital yang mulai diakui sebagai ruang profesional baru bagi generasi muda. Dengan demikian, transformasi karir terjadi ketika inovasi baru dari teknologi menciptakan pandangan dalam hal berkarir terutama bagi generasi z yang melihat *e-sport* yang memiliki potensi karir profesional.

c. Media Baru (New Media)

Perkembangan teknologi komunikasi juga melahirkan konsep media baru (*new media*), yaitu media berbasis digital dan internet yang memiliki sifat interaktif, konvergen, serta memungkinkan partisipasi aktif pengguna. Salah satu tokoh yang membahas perkembangan media digital adalah Pierre Lévy dalam penelitian Misnawati tentang teori *new media* (Feroza & Misnawati, 2021) yang menekankan bahwa media digital menciptakan ruang komunikasi baru yang memungkinkan kolaborasi dan pertukaran informasi secara lebih terbuka. Selain itu, media baru memungkinkan pengguna berperan sekaligus sebagai konsumen dan produsen konten. Karakteristik media baru menurut Lister, Dovey, Giddings, Grant, dan Kelly dalam (Damayanti et al., 2023) menekankan interaktivitas, jaringan global, fleksibilitas akses, dan partisipasi pengguna menjadikan media digital sebagai ruang yang dinamis dalam membentuk komunitas dan aktivitas sosial. Adapun peran sentral *new media* mempengaruhi pandangan, memperluas relasi, dan memberikan fasilitasi untuk masyarakat terhadap isu tertentu, dan memberikan wadah dalam mengakses informasi yang disesuaikan dengan kebutuhannya (Haikal Ibnu Hakim¹, Iviana Polin², 2024).

Dalam konteks penelitian ini, game digital dan ekosistem e-sport merupakan bagian dari media baru yang memungkinkan terbentuknya interaksi sosial secara daring, kolaborasi dalam permainan tim, serta terbukanya peluang ekonomi melalui kompetisi, streaming, dan produksi konten gaming. Oleh karena itu, media baru tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang sosial dan ekonomi yang mendorong transformasi karir generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami fenomena *e-sport* sebagai transformasi karir generasi Z dalam perspektif *uses and gratifications*. Adapun pendekatan kualitatif dalam (Anelda Ultavia B1, Putri Jannati², Fildza Malahati³, Qathrunnada⁴, 2023) digunakan menggali secara mendalam pengalaman, motivasi, serta pandangan tentang *e-sport* dapat menjadi sebuah peluang karir. Metode deskriptif dipilih untuk menggambarkan secara sistematis fenomena yang terjadi di lapangan melalui data yang diperoleh dari proses observasi dan wawancara.

Penelitian dilaksanakan di beberapa komunitas *e-sport* di Daerah Istimewa Yogyakarta serta pada kegiatan turnamen *e-sport* yang berlangsung selama empat bulan, yaitu dari November 2025 hingga Februari 2026. Subjek penelitian terdiri dari 3 komunitas *e-sport* di Daerah Istimewa Yogyakarta seperti UAD *E-sports*, Hexazor *E-sport*, dan Zodiaxe *E-sports* dan Lembaga *E-sports* Indonesia (ESI) Daerah Istimewa Yogyakarta.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama. Pertama, observasi, yaitu pengamatan langsung kegiatan komunitas dan turnamen *e-sport* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kedua, wawancara mendalam yang dilakukan kepada komunitas *e-sport* dan pihak ESI DIY untuk memperoleh informasi secara mendalam terkait *e-sport* sebagai pilihan karir. Ketiga, dokumentasi, yaitu mengumpulkan data pendukung berupa catatan lapangan dan dokumen terkait kegiatan komunitas maupun turnamen *e-sport*.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Reduksi data yaitu menyeleksi dan menyederhanakan data hasil wawancara dan observasi. Selanjutnya, data yang telah dipilih disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan untuk memahami makna dari fenomena *e-sport* sebagai transformasi karir generasi Z. Dalam keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari informan yang berbeda sehingga menghindari keraguan keabsahan data (Wiyanda Vera Nurfajriani², Muhammad Wahyu Ilhami¹Arivan Mahendra³, Rusdy Abdullah Sirodj³, 2024). Sehingga dengan teknik triangulasi sumber akan meningkatkan kredibilitas data serta meminimalkan kemungkinan bias dalam proses penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis fenomena *e-sport* sebagai transformasi karir generasi Z di Yogyakarta dengan menggunakan perspektif *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Teori ini menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan kognitif, afektif, identitas pribadi, integrasi sosial, dan pelarian. Berdasarkan hasil wawancara dengan ESI DIY serta tiga komunitas *e-sport* (UAD *Esport*, Hexazor *Esport*, dan Zodiaxe *Esport*), ditemukan bahwa penggunaan media *game online* tidak hanya dimaknai sebagai hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan peluang karir dan pengembangan diri generasi Z.

1. Kebutuhan Kognitif (Pengetahuan dan Informasi)

Peneliti menemukan konsep kebutuhan kognitif informan terpenuhi yang terlihat pada media *game* diranah *e-sport* memberikan akses pengetahuan baru bagi generasi Z terkait ekosistem industri *e-sport*. Ketua Pengda ESI DIY yaitu Brigjen TNI Firyawan, S.I.P menyatakan untuk generasi Z tidak lagi melihat *e-sport* sebagai hiburan, tetapi juga sebagai ruang menggali peluang untuk masa depan yang diperoleh dari literasi digital serta maupun pengalaman di *e-sport*. “*Kami berharap generasi muda tidak hanya menjadikan esports sebagai hobi namun sebagai peluang untuk masa depan generasi muda. Selain itu generasi muda juga harus bisa menerapkan sports science dalam esports*”.

Temuan serupa juga muncul pada komunitas UAD *Esport*. Informan Firza memberikan pernyataan keterlibatan dalam komunitas memberikan pemahaman mengenai struktur organisasi tim dan prosedur kompetisi *e-sport*. “*Saya dapat mengetahui bahwa komunitas esports memiliki struktur penting yang menjadikan pengelolaan komunitas lebih baik serta target prestasi yang ingin dicapai tiap divisi*”. Adapun pernyataan dari Rafsa yang mengindikasikan terdapat peluang karir di *e-sport* selain menjadi pemain profesional, seperti *brand ambassador*. “*Melihat ada persaingan dan aku gabung komunitas esport jadi tau soal bidang esport itu apa aja, misalkan gabisa menjadi pemain bisa beralih ke entertainment seperti BA esport gitu*”.

Pada komunitas Hexazor *Esport*, kebutuhan kognitif tercermin dari pengalaman Haidar yang menyatakan adanya pemahaman dinamika organisasi tim *e-sport* dan wawasan mengenai jalur karir di industri *e-sport* melalui media *game* dan komunitas. “*Saya mendapatkan relasi dan cara mengembangkan sebuah tim atau komunitas esport itu sendiri dan melihat peluang karir lewat esport*”. Selain itu, Reynan juga menyatakan pengetahuan *e-sport* yang didapatkan melalui komunitas dapat mengembangkan *soft skills* seperti komunikasi, kerja sama tim, dan *problem solving* “*Secara ga langsung bisa meningkatkan dan mengembangkan softskill kaya kerja sama ,komunikasi, problem solving*”.

Sementara itu, pada komunitas Zodiaxe *Esport* Hilmi menyatakan bahwa mendapatkan pemahaman yang didapatkan tentang manajemen latihan dan peluang karir melalui kompetisi *e-sport*. “*Saya jadi tau manajemen sebuah tim bagaimana kaya atur jadwal latihan terus info turnamen yang bisa jadi peluang karir gitu*”.

Hasil temuan pada kebutuhan kognitif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media *game online* berfungsi sebagai sumber informasi dan pengetahuan yang memungkinkan generasi Z memahami dinamika industri *e-sport* serta peluang karir yang tersedia di dalamnya.

2. Kebutuhan Afektif

Peneliti juga menemukan hasil adanya Kebutuhan afektif yang terpenuhi dalam penelitian ini yang mana berkaitan dengan pengalaman emosional yang diperoleh generasi Z melalui aktivitas *e-sport*. Ketua Pengda ESI DIY menyatakan bahwa *e-sport* mampu memunculkan berbagai emosi seperti ketegangan, euforia, kepuasan, dan kebanggaan, terutama ketika atlet atau tim berhasil meraih prestasi pada kompetisi nasional seperti PON XX Papua 2021 dan PON XXI Aceh 2024. “*Pertandingan esports dapat memicu perasaan tegang, deg-degan dan euforia saat menang, serta frustrasi saat kalah. Pencapaian atlet Pengda ESI DIY dalam kejuaraan tingkat nasional yaitu Pekan Olahraga Nasional (PON) XX Papua 2021 dan PON XXI Aceh-Sumut 2024*”.

Pada komunitas UAD *Esport* menyatakan bahwa kegiatan di *e-sport* memberikan kepuasan tersendiri seperti menjadi juara dalam kejuaraan nasional Perguruan Tinggi Muhammadiyah ‘Aisyiyah (PTMA) tahun 2024 yang memberikan rasa bangga anggota komunitas “*Paling bangga waktu juara diliga PTMA swasta nasional*”. (Firza). Hal serupa ditemukan pada komunitas Hexazor *Esport* dan Zodiaxe *Esport*. Informan Hexazor

E-sport Haidar dan Informan Zodiaxe *E-sport* Hilmi menyatakan bahwa kemenangan dalam kejuaraan memberikan rasa bangga, melatih evaluasi tim, dan meningkatkan popularitas diri. “*Secara emosional juara pasti ada senang dan kecewa kalo misalkan lagi kalah, dan dari situ kita tau apa yang harus dievaluasi*”. (Haidar). “*Feel yg didapat mungkin ketika juara turnamen itu bikin mental kita makin membara sama lebih dikenal banyak orang*”. (Hilmi).

Sehingga dari hasil temuan pada kebutuhan afektif penelitian ini, peneliti dapat menunjukkan bagaimana pengalaman emosional dalam aktivitas *e-sport* memenuhi kebutuhan afektif generasi Z dalam perspektif *uses and gratifications*.

3. Kebutuhan Identitas Pribadi

Selanjutnya, peneliti menemukan kebutuhan identitas pribadi dari informan terpenuhi. Hal tersebut didukung pernyataan Ketua Pengda ESI DIY tentang *e-sport* menjadi ruang bagi generasi Z untuk membentuk karakter dan kompetensi profesional “*Berawal dari media game online, esports berevolusi menjadi ruang pembentukan: Identitas diri (kompeten, percaya diri, bagian dari komunitas), Karakter profesional (disiplin, tangguh, kolaboratif, strategis) serta melalui komunitas e-sport, dapat membangun identitas sebagai pemain kompetitif, manajer tim, maupun kreator konten gaming*”. Pada Komunitas UAD Esport, Firza menyatakan bahwa pernah memperoleh nominasi *brand ambassador* di suatu kompetisi dimana memperkuat pengakuan sosial dan dapat membangun kerja sama. “*Sebenarnya dulu itu banyak dmention kampus lain waktu dapat nominasi BA di valorant championship di JEC... mulai dari situ sosial media komunitas e-sport lain mulai follow sosial media UAD E-sport dan pernah ada tawaran kerja sama*”.

Pada komunitas Hexazor Esport, identitas pribadi terbentuk melalui spesialisasi peran dalam permainan, seperti role tertentu dalam *game* atau kecenderungan pada bidang hiburan *e-sport* seperti *streamer* dan konten kreator. Haidar menyatakan bahwa jalur karier tersebut lebih realistis dibandingkan dengan menjadi pemain profesional yang memiliki batasan usia dan persaingan tinggi. “*Lebih ke bisa jadi streamer atau entertainment game itu sendiri kalo hanya mengandalkan menjadi pemain cukup berat karena persaingan diesport juga ketat dan pasti ada naik turunnya*”. Sementara itu, komunitas Zodiaxe Esport Hilmi menekankan pentingnya pengendalian ego, kedisiplinan, dan komunikasi tim sebagai pembentukan identitas profesional dalam *e-sport*. Identitas karir di industri *e-sport* menurut informan juga sangat dipengaruhi oleh prestasi dan pengakuan dari komunitas “*Kalo membentuk karakter itu bisa mulai jadi sering komunikatif, tahan ego, disiplin dan kalo untuk identitas karir itu terbentuknya setelah memiliki penghargaan atau punya nama diesport*”.

Dari kebutuhan identitas pribadi yang terpenuhi dari beberapa informan, dapat ditunjukkan bahwa *e-sport* dapat menjadi tempat untuk generasi Z membangun karakter profesional.

4. Kebutuhan Integrasi dan Interaksi Sosial

Pada konsep kebutuhan integrasi dan Interaksi sosial, Ketua Pengda ESI DIY menyatakan perkembangan komunitas dan turnamen *e-sport* di Yogyakarta menciptakan ekosistem relasi profesional di industri *e-sport*. Relasi tersebut tidak hanya penting dalam membangun kerja sama tim, tetapi juga membuka peluang karir yang berawal dari berbagi pengalaman. Selain itu, lingkungan sosial juga menjadi faktor penting dalam mendukung minat generasi Z untuk menekuni *e-sport*. “*Esports memiliki peran dalam membangun jaringan relasi dan komunitas profesional di Yogyakarta. Yogyakarta menjadi ruang tumbuhnya komunitas game, turnamen kampus, hingga kompetisi tingkat daerah. Kehadiran organisasi seperti Esports Indonesia (ESI) Daerah Istimewa Yogyakarta memperkuat jaringan relasi yang terbentuk dalam ekosistem esports yang menjadi salah*

satu faktor penting dalam membuka peluang karir. Selain itu lingkungan sosial yang positif membentuk sikap profesional, disiplin, dan sportivitas, sehingga karier di bidang esports dapat berkembang”.

Pada komunitas UAD Esport, Tara menyatakan jika interaksi sosial melalui berbagi pengalaman antara anggota komunitas dapat membantu memahami peluang karir yang dapat ditekuni pada industri *e-sport* “*Dari sharing pengalaman juga jadi lebih tau karir di esport itu apa aja yang bisa ditekuni*”. Pada Hexazor Esport dimana Reynan menyatakan jika melalui komunitas dapat menambah pengalaman dari relasi komunitas dan mengembangkan potensi dalam diri “*Relasi baru pasti ada, karena relasi itu penting untuk kami agar lebih berkembang dan bisa share pengalaman juga gitu selama di komunitas*”.

Selain itu, pada Zodiaxe Esport, Hilmi menyatakan jaringan relasi yang terbentuk melalui komunitas dapat membangun *personal branding* terutama memiliki koneksi dengan organisasi *e-sport* dapat membuka peluang karir “*Relasi juga bisa membangun personal branding, apalagi kalo relasinya itu punya koneksinya ke tim esport besar*”. Dari beberapa pernyataan informan, peneliti menemukan bahwa kebutuhan integrasi dan interaksi sosial dapat ditunjukkan melalui komunitas dapat membangun jaringan relasi dalam melihat peluang karir industri *e-sport*, membangun *personal branding*, dan mengembangkan potensi dalam diri.

5. Kebutuhan Pelarian (*Escapism*)

Kebutuhan pelarian merupakan salah satu motivasi awal generasi Z dalam mengakses media *game*. Ketua Pengda ESI DIY menjelaskan bahwa banyak individu awalnya bermain *game* sebagai hiburan atau pelarian dari rutinitas, namun seiring waktu berkembang menjadi peluang prestasi dan karir “*Awalnya main game hanya untuk hiburan, tapi dengan berkembangnya Esports pola pikir itu perlahan berubah. Anak anak muda sekarang mulai sadar bahwa esports ada peluang prestasi bahkan jenjang karir yang jelas apabila dijalani dengan serius*”.

Hal tersebut juga ditemukan pada komunitas UAD, Hexazor, dan Zodiaxe Esport. Sebagian besar informan mengaku bahwa awalnya mereka bermain *game* untuk mengisi waktu luang atau mengurangi stres. Namun setelah terlibat dalam komunitas dan kompetisi, muncul kesadaran bahwa *e-sport* dapat menjadi alternatif karir. Meskipun demikian, mayoritas informan masih memosisikan *e-sport* sebagai karir pilihan kedua. Pertimbangan tersebut didasarkan pada beberapa faktor, seperti persaingan tinggi, masa karir pemain yang relatif singkat, serta ketidakpastian stabilitas ekonomi dalam industri *e-sport*. Firza UAD Esport menyatakan “*Awalnya sebagai hiburan, untuk karir harus memikirkan resikonya*”. Haidar Hexazor Esport dan Briyan Zodiaxe Esport memberikan pernyataan yang sama “*Kalo melihat persaingan di e-sport cukup ketat dan masih ingin melihat peluang karir di e-sport itu seberapa besar makanya jadi pilihan karir saja*”.

Berdasarkan hasil lima kebutuhan dalam teori *Uses and Gratifications* yang terpenuhi, penelitian ini menunjukkan bahwa media *game online* berfungsi sebagai ruang pemenuhan kebutuhan informasi, emosional, identitas diri, interaksi sosial, serta pelarian membentuk orientasi karir baru bagi generasi Z. Namun demikian, transformasi karir dalam *e-sport* masih bersifat adaptif dan tidak sepenuhnya menggantikan karir konvensional karena generasi Z tetap mempertimbangkan risiko pada industri tersebut sehingga diposisikan sebagai opsi karir dan ditransformasikan menjadi karir utama jika karir sebelumnya tidak berhasil.

6. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan dan keterbaruan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian oleh (Dandi, 2021) menemukan keterlibatan generasi Z

dalam komunitas *e-sport* meningkatkan wawasan mengenai ekosistem *e-sport* saja, sedangkan penelitian ini yang menunjukkan bahwa wawasan tersebut juga mendorong generasi Z melihat *e-sport* sebagai peluang karir. Penelitian oleh (Karisma Nurul, Wulandari Eka Yovita, 2024) menekankan *game online* sebagai peluang ekonomi dan sumber penghasilan, sementara penelitian ini menunjukkan keterlibatan dalam komunitas *e-sport* membentuk orientasi karir generasi Z. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Nafal et al., 2025) menyoroti pengalaman bermain yang memengaruhi loyalitas pemain terhadap *game* tersebut, sedangkan penelitian ini menemukan bahwa pengalaman emosional dalam *e-sport* yang memenuhi kebutuhan afektif generasi Z dan memperkuat keterikatan terhadap industri *e-sport*. Dengan demikian, keterbaruan penelitian ini terletak pada analisis *e-sport* sebagai ruang pembentukan orientasi karir generasi Z melalui perspektif *Uses and Gratifications* melalui komunitas *gamer*.

Pembahasan

1. *E-sport* dalam Perspektif *Uses and Gratifications*

Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan kognitif, afektif, identitas pribadi, integrasi sosial, dan pelarian. Dalam penelitian ini, media *game* dan aktivitas *e-sport* menjadi sarana bagi generasi Z untuk memenuhi berbagai kebutuhan tersebut. Dari hasil penelitian ini jika dikaitkan dengan teori *uses and gratifications* ditunjukkan bahwa generasi z dalam memilih media *game e-sport* tidak hanya sekedar untuk hiburan, namun untuk memenuhi kebutuhan melihat peluang jenjang karir profesional. Hal tersebut didukung dari konsep kebutuhan pada teori *uses and gratifications* seperti kognitif, afektif, identitas pribadi, integrasi & interaksi sosial, dan pelarian.

Pertama, dari sisi kebutuhan kognitif, komunitas *e-sport* memberikan pengetahuan mengenai industri *e-sport* hingga peluang karir dalam ekosistem *e-sport*. Selain itu generasi z dapat mengeksplorasi minat dan bakat didunia *e-sport* dari pengetahuan yang sudah didapatkan (Haris, 2022). Kedua, dari aspek kebutuhan afektif, aktivitas kompetisi dan latihan dalam *e-sport* memberikan pengalaman emosional seperti kesenangan, kebanggaan, serta kepuasan ketika memperoleh kemenangan dalam turnamen . Temuan ini menunjukkan bahwa media *game* di ranah *e-sport* mampu menciptakan keterlibatan emosional sehingga memperkuat dalam memotivasi generasi Z untuk terlibat dalam kegiatan industri *e-sport* (Angeline & Pribadi, 2025). Ketiga, *e-sport* juga memenuhi kebutuhan identitas pribadi. Anggota komunitas *e-sport* dapat membangun citra diri sebagai pemain kompetitif, kreator konten, atau bagian dari organisasi tim *e-sport*. Identitas ini terbentuk melalui pengalaman bermain, prestasi, serta pengakuan dari komunitas. Keempat, dari sisi integrasi dan interaksi sosial, komunitas *e-sport* menjadi ruang bagi generasi Z untuk membangun relasi, bekerja sama dalam tim, serta memperluas jaringan sosial dalam industri *e-sport*. Interaksi ini memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas antar anggota komunitas. Terakhir, kebutuhan pelarian (*escapism*) juga menjadi salah satu motivasi awal generasi Z dalam bermain *game*. Namun, seiring waktu berkembang dari sekedar hiburan menjadi kegiatan yang lebih serius dan bahkan berpotensi menjadi karir.

Dari uraian diatas dapat dipahami *e-sport* dalam teori *uses and gratifications* memiliki keterkaitan dalam melihat orientasi karir generasi Z. Hal tersebut berawal dari memilih dan menggunakan media *game e-sport* untuk mencari informasi tentang peluang karir di *e-sport*, menjadikan media *game e-sport* dalam pemenuhan emosional yang didapatkan ketika terlibat pada kegiatan *e-sport* seperti bergabung dengan komunitas *e-sports*. Selain itu, membangun citra serta jaringan relasi sosial juga dilibatkan pada generasi Z yang berpartisipasi dalam setiap kegiatan *e-sport*. Sehingga, pada kebutuhan pelarian ditunjukkan bahwa *e-sport* dapat dijadikan sebagai pelarian untuk berkarir yang

termotivasi oleh pengalaman yang didapatkan selama terlibat dalam kegiatan *e-sport* (Fadli Akbar, 2025).

2. *E-sport* sebagai Bentuk Transformasi Sosial dalam Karir

Fenomena *e-sport* juga dapat dilihat sebagai bagian dari transformasi sosial dalam karir masyarakat digital. Transformasi sosial terjadi ketika perubahan teknologi dan budaya mempengaruhi cara masyarakat bekerja, berinteraksi, serta membangun identitas profesional. Transformasi karir terjadi ketika memandang *e-sport* dalam perkembangan digital memberikan peluang karir disini memanfaatkan media *game* tersebut (Luki Dwi Prakoso & Raden Sulaiman, 2025). Dalam konteks penelitian ini, *e-sport* menunjukkan perubahan persepsi masyarakat terhadap aktivitas bermain *game* yang sebelumnya dipandang sebagai hiburan semata, kini berkembang menjadi industri kreatif digital yang menawarkan berbagai peluang karir, seperti atlet profesional, streamer, pelatih, analis permainan, hingga manajer tim. Hal tersebut dipengaruhi oleh perkembangan *e-sport* yang semakin terorganisasi, mulai dari komunitas lokal, komunitas kampus, serta dukungan industri digital turut mempercepat proses legitimasi *e-sport* sebagai aktivitas profesional.

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian generasi Z masih memandang *e-sport* sebagai karir alternatif. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti persaingan yang tinggi, masa karir pemain profesional yang relatif singkat, serta ketidakpastian pendapatan dalam industri *e-sport*. Transformasi sosial menurut Gilli dalam Zulfikar (Zulfikar, 2022) yang menekankan pada perwujudan dari bentuk cita-cita melalui penemuan baru dalam masyarakat. Seperti *E-sport* sebagai penemuan baru dalam pemanfaatan ruang digital melalui *game* dapat mengubah cara mewujudkan cita-cita karir sesuai minat generasi Z.

Adapun dalam penelitian (Muthohar & Sholeh, 2025) mengklasifikasikan perubahan sosial pada masyarakat yaitu perubahan pola pikir, perubahan perilaku masyarakat, dan perubahan budaya. Pertama, perubahan pola pikir ditunjukkan pada generasi Z memandang *e-sport* yang awalnya sekedar hiburan yang berubah menjadi *e-sport* juga bisa membuka peluang karir profesional. Kedua, perubahan perilaku masyarakat ditunjukkan perilaku generasi Z yang berubah dalam memanfaatkan media *game* seperti mengikuti turnamen *e-sport* dan bergabung dengan komunitas *e-sport* dimana dapat memberikan gambaran serta peluang karir pada ruang lingkup *e-sport*. Ketiga, perubahan budaya ditunjukkan pada keberadaan *e-sport* sebagai budaya baru dalam ruang digital sehingga mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap profesi dibidang ini. Dengan demikian, *e-sport* menunjukkan bahwa teknologi digital tidak sekedar untuk menciptakan hiburan namun juga mendorong transformasi sosial dalam karir generasi Z melalui perubahan pola pikir, perilaku, dan budaya dalam memandang karir pada industri *e-sport*.

3. Peran New Media dalam Perkembangan Karir *E-sport*

Fenomena *e-sport* menjadi salah satu perkembangan media digital berbasis internet yang bersifat interaktif, konvergen, dan memungkinkan partisipasi aktif pengguna dalam proses produksi maupun distribusi konten (Muhammad Haffizd1, Ainur Ropik2, 2024). Dalam industri *e-sport*, new media berperan penting dalam memperluas akses informasi dan peluang karir. Platform digital seperti streaming, media sosial, dan komunitas online memungkinkan generasi Z untuk menonton pertandingan, mempelajari strategi permainan, serta membangun personal branding sebagai pemain atau kreator konten gaming.

Selain itu, *new media* juga memperkuat ekosistem *e-sport* melalui penyebaran informasi pada media *game* mengenai turnamen, promosi tim, serta interaksi antara pemain dan penggemar dengan melalui komunitas *e-sport*. Melalui media digital, aktivitas *e-sport* tidak hanya terbatas pada permainan, tetapi juga berkembang menjadi industri hiburan digital yang melibatkan berbagai aktor seperti sponsor, penyelenggara turnamen,

dan komunitas pemain. Sehingga, dari aktivitas diindustri *e-sport* dapat ditunjukkan jika adanya media *game* sebagai media baru dalam perkembangan teknologi permainan membuka peluang profesi karir dari berbagai bidang di *e-sport*. Hal tersebut didukung oleh karakteristik media *game* sebagai salah satu bentuk media baru yang berbasis digital, interaktif, jaringan, virtual, dan konektivitas (Jaiz et al., 2022).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena *e-sport* sebagai transformasi karir generasi Z melalui analisis teori *Uses and Gratifications* pada komunitas gamer di Yogyakarta. Adapun temuan utama pada penelitian ini menunjukkan penggunaan media *game* dalam konteks *e-sport* tidak hanya menghasilkan kepuasan hiburan, tetapi juga membentuk orientasi karir baru bagi generasi Z di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan keterlibatan generasi Z dalam *e-sport* melalui komunitas *gamer* tidak hanya didorong untuk hiburan, tetapi juga pemenuhan kebutuhan media yang meliputi kebutuhan kognitif dalam memperoleh pengetahuan mengenai industri *e-sport*, kebutuhan afektif dari pengalaman emosional melalui kompetisi, kebutuhan identitas pribadi yang diperoleh menjadi bagian dari komunitas, kebutuhan integrasi dan interaksi sosial yang diperoleh dari jaringan relasi, serta kebutuhan pelarian yang ditandai pada menjadikan *e-sport* sebagai pelarian untuk pilihan karir. Secara teoritis penelitian ini berkontribusi dalam memperluas kajian teori *Uses and Gratifications* dengan menunjukkan media *game* tidak hanya untuk pemenuhan konsumsi media, tetapi juga berperan dalam melihat orientasi karir pada generasi Z. Sehingga temuan ini memberikan implikasi bagi pengembangan *e-sport* di Indonesia terutama di Yogyakarta, baik bagi komunitas dalam meningkatkan pengelolaan dan pembinaan secara profesional, bagi pemerintah dalam merancang program pengembangan industri kreatif berbasis *e-sport*, serta bagi masyarakat dalam memahami potensi *e-sport* sebagai peluang karir diruang digital.

REFERENSI

- Adistri, N., & Rusman, A. A. (2024). *Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok : Studi Uses and Gratification di Era Digital*. 2, 103–116.
- Anelda Ultavia B1, Putri Jannati2, Fildza Malahati3, Qathrunnada4, S. (2023). KUALITATIF : MEMAHAMI KARAKTERISTIK PENELITIAN SEBAGAI METODOLOGI. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://jurnalstkipmelawi.ac.id/index.php/JPD/article/view/902>
- Angeline, D., & Pribadi, M. A. (2025). *Motif Gen Z Mengonsumsi Konten Makeup Beauty Influencer di Media Sosial : Pendekatan Teori Kegunaan dan Gratifikasi*. 183–191.
- Choeriyah, N., & Assyahri, W. (2024). Keterlibatan Generasi Z dalam Proses Pembuatan Kebijakan Publik Guna Mendekati Pelayanan yang Lebih Inklusif dan Responsif. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora (Isora)*, 2(2), 244–254. <https://isora.tpublishing.org/index.php/isora>
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Dandi, K. (2021). Persepsi Generasi Z Terhadap E-Sport (Studi Kasus Pada Komunitas Gamers). *Jurnal Pendidikan Jasmani Khatulistiwa*, 64–70. <https://doi.org/10.26418/jpjk.v2i2.60760>
- Dharma, O. (2025). *Pengaruh Event Marketing Dan Promosi Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Gim “ The Sunshines Over Us ” Di Indonesia*. 586–594.
- Fadli Akbar. (2025). *E-sport: Persepsi, Kompetisi Digital, dan Lokalitas (Studi Kasus Komunitas Unhas E-sport)*. 8, 90–106. <https://doi.org/10.46918/emik.v8i1.2704>

- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Firmansyah, I. (2024). *Kolaborasi Dukung Ekosistem Gaming di Indonesia*. Suara.Com. <https://www.suara.com/tekno/2024/12/07/110000/kolaborasi-dukung-ekosistem-gaming-di-indonesia>
- Gozali, A., Hansfel, L., Octaviani, S. N., & Murwani, I. A. (2023). What Influenced Generation Z Decision to Enter E-Sport as a Career? *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 3(8), 1541–1557. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v3i8.890>
- Haikal Ibnu Hakim1, Iviana Polin2, I. (2024). *Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Dalam Masyarakat 5.0*. 10(23), 287–300.
- Hapsari, A. (2024). *Kompetisi E-Sport Harda Kiswaya-Danang: Ratusan Gamers Sleman Berlaga di Peace Village*. Suara Merdeka Kedu. <https://kedu.suaramerdeka.com/yogyakarta/2113920598/kompetisi-e-sport-harda-kiswaya-danang-ratusan-gamers-sleman-berlaga-di-peace-village>
- Haris, D. A. (2022). *Eksplorasi Minat dan Bakat Siswa SMA Damai Dalam Dunia Esport Melalui Game Valorant*. 2(1), 1–7.
- Jaiz, M., Arofah, D., Sagita, D., Widyastuti, N. W., Studi, P., Komunikasi, I., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2022). *MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL CLUBHOUSE DI KALANGAN ANGGOTA KLUB PHOTOGRAPHER INDONESIA pemasaran bernama We Are Social dan adalah Klub Photographer Indonesia . Klub Photographer Indonesia dibentuk atas dasar tujuan yang jelas . Para*. 13(2), 137–152.
- Karisma Nurul, Wulandari Eka Yovita, P. A. S. (2024). Pandangan Gen Z Terhadap Pemanfaatan Gaming Mobile Legends sebagai Peluang Sumber Penghasilan. *Jurnal Pengabdian Dalam Negeri*, 2. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v2i6.956>
- Luki Dwi Prakoso & Raden Sulaiman. (2025). *IMPLEMENTASI METODE GABUNGAN AHP DAN TOPSIS UNTUK MEMILIH MERK SMARTPHONE ANDROID DENGAN PERFORMA GAMING TERBAIK*. 13(03), 106–119. <https://doi.org/10.26740/mathunesa.v13n3.p106-119>
- Muhammad Haffizd1, Ainur Ropik2, C. P. A. N. (2024). UPAYA KOPI 16 PRO DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 6(1), 1–32. <https://jurnal.usahid.ac.id/thesource/article/view/2183/942>
- Muthohar, M. A., & Sholeh, A. K. (2025). *Postmodernisme : Katalis Transformasi Sosial*. 8(1), 57–66. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JFI/article/view/80843/32715>
- Nafal, A., Sapoetro, Y., Rachmadi, I. A., & Hariyanti, U. (2025). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS PEMAIN DALAM GAME ONLINE (STUDI KASUS : GENRE MOBA)*. 9(9), 1–8.
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Raidifi, E., & Emiyati, A. (2024). Transformasi Sosial oleh Generasi Z dalam Konteks Masyarakat Majemuk. *Proceeding National Conference of Christian Education and Theology*, 2(2), 143–153. <https://doi.org/10.46445/nccet.v2i2.961>
- Salma, Q., Sartika, R., & Handayani, P. (2025). *Analisis Interaksi Dan Respon Penonton Di Media Sosial Terhadap Sinetron “ Asmara Gen Z ” Dengan Menggunakan Teori Uses And Gratification*.
- Salsabila, E., Sosial, I. K., & Jakarta, U. M. (2025). *Dampak Pascapenggunaan Game Online Terhadap Kepuasan Hidup : Studi pada Komunitas Esport UMJ*. 2.
- Sehabudin, A., Sjucho, D. W., & Masrina, D. (2023). Pengalaman komunikasi pemain E-sport Kabupaten Pangandaran dalam menghadapi stigma orang tua. *Comdent*:

- Communication Student Journal*, 1(1), 61. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.44884>
- Susanti, M., Fitri, N., & Arjuna, A. (2023). Hubungan Kecanduan Game Online Dengan Kualitas Tidur, Konsentrasi Belajar Dan Prestasi Akademik Siswa Sma Negeri 1 Sungaiselan Kabupaten Bangka Tengah Tahun 2022. *Jurnal Keperawatan*, 12(1), 40–47. <https://doi.org/10.47560/kep.v12i1.469>
- Wiyanda Vera Nurfajriani², Muhammad Wahyu Ilhami¹Arivan Mahendra³, Rusdy Abdullah Sirodj³, M. W. A. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *TA'LIM : Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 8(1), 107–121. <https://doi.org/10.52166/talim.v8i1.8019>
- Yogyakarta, U. M. (2025). *UMY Sukses Gelar Arena Fest 2025, Turnamen E-Sport Perdana Gaet Ratusan Peserta*. Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah V Yogyakarta. <https://lldikti5.kemdiktisaintek.go.id/home/detailpost/umy-sukses-gelar-arena-fest-2025-turnamen-e-sport-perdana-gaet-ratusan-peserta>
- Yuliawan, D., & Bekti, R. A. (2021). Legitimasi Esports dalam Kecabangan Olahraga: Studi Literature Review. *Jurnal Literasi Olahraga*, 2(2), 90–95. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/JLO/article/view/5357>
- Zulfikar, Z. (2022). Urgensi Dakwah Islam dan Transformasi Sosial. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 9(1), 48–63. <https://doi.org/10.54621/jn.v9i1.277>