

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP AKTIVITAS MENONTON MPL INDONESIA

Abdul Aziz Refah^{1*}, Ilham Gemiharto², Meria Octavianti³

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

E-mail: abdul21001@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

Dalam Perpres Nomor 19 Tahun 2024, pemerintah menerbitkan kebijakan terkait pengembangan industri gim Indonesia. *Esports* dikenal sebagai olahraga elektronik berbasis teknologi yang dilakukan dengan bermain sebuah gim yang bersifat kompetitif. Sebagai bagian dari industri gim, *esports* telah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Hingga Mei 2025, *Mobile Legends: Bang Bang (MLBB)* merupakan gim dengan *esports* paling populer tahun ini. Di Indonesia, *esports MLBB* dijalankan melalui liga yang bernama *Mobile Legends: Bang Bang Professional League Indonesia (MPL Indonesia)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap aktivitas menonton MPL Indonesia. Penulis menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dengan teknik pengambilan data *simple random sampling* yang dilakukan terhadap 91 responden pengikut akun Instagram @revivaltvid. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap motivasi menonton MPL Indonesia dan aktivitas menonton MPL Indonesia.

Kata kunci: Aktivitas Menonton, Esports, MPL Indonesia, Motivasi Menonton

ABSTRACT

In Presidential Regulation No. 19 of 2024, the government issued policies related to the development of the Indonesian gaming industry. Esports is known as a technology-based electronic sport that is carried out by playing a competitive game. As part of the gaming industry, esports had a positive impact on economic growth by creating new jobs. As of May 2025, Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) is the most popular esports game this year. In Indonesia, MLBB esports is conducted through a league called the Mobile Legends: Bang Bang Professional League Indonesia (MPL Indonesia). This study aims to investigate the influence of attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control on the activity of watching MPL Indonesia. The author used an explanatory quantitative method with simple random sampling data collection techniques applied to 91 respondents who follow the Instagram account @revivaltvid. The results of this study indicate that attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control have a positive influence on the motivation to watch MPL Indonesia and MPL Indonesia viewing activities.

Kata kunci: Esports, MPL Indonesia, Viewing Activity, Viewing Motivation

PENDAHULUAN

Perilaku diyakini sebagai hasil dari proses pengambilan keputusan yang bersifat logis dan beralasan. Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi seseorang terhadap rangsangan atau lingkungan. Seluruh perilaku manusia ditentukan oleh pengalaman indrawi. Bohar Soeharto mengatakan perilaku adalah hasil proses belajar mengajar yang terjadi akibat dari interaksi dengan lingkungan sekitarnya yang diakibatkan oleh pengalaman-pengalaman pribadi. Artinya perilaku dipengaruhi oleh faktor diri dan lingkungan sekitarnya. Sebagai makhluk rasional, manusia akan membuat keputusan yang logis dan beralasan untuk mengambil suatu perilaku dengan melakukan evaluasi terhadap informasi yang tersedia dan memikirkan implikasi dari tindakan mereka (Suharyat, 2009).

Dalam pasar yang semakin intensif tingkat persaingannya, dibutuhkan pengetahuan tentang perilaku konsumen demi memuaskan konsumen dan memenangkan persaingan. Perusahaan dapat bertahan karena adanya konsumen. Untuk memperoleh keunggulan di tengah persaingan, perusahaan yang mampu untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan konsumen akan memiliki

keunggulan secara kompetitif. Memahami perilaku konsumen merupakan hal yang penting untuk mencapai keunggulan kompetitif, sebab pemahaman tentang perilaku konsumen merupakan inti dari kegiatan pemasaran dari suatu perusahaan.

Dalam perkembangan konsep pemasaran modern, konsumen ditempatkan sebagai sentral perhatian. Perubahan paradigma pemasaran kearah orientasi konsumen mengartikan bahwa perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera, dan proses keputusan pembelian konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran yang pada gilirannya akan berimplikasi pada kegagalan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Cravens, 2000). Oleh karena itu, konsumen merupakan aspek yang sangat penting sekaligus merupakan kunci kesuksesan. Terdapat banyak aspek yang harus diperhatikan dalam pemasaran seperti citra merek, promosi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Segala hal tersebut tentunya bertujuan untuk memperoleh laba dari konsumen sehingga akan berdampak positif bagi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sun, dkk. (2024) menyebut bahwa industri *esports* merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di dunia. Di Indonesia sendiri, pemerintah turut serta dalam mengembangkan *esports*. Dalam Perpres Nomor 19 Tahun 2024, Presiden Indonesia pada saat itu, Joko Widodo, membuat berbagai peraturan untuk percepatan pengembangan industri gim di Indonesia. Sebagai bagian dari industri gim, *esports* telah menjadi fenomena global yang menghasilkan pendapatan yang banyak dan melibatkan jutaan orang di seluruh dunia, khususnya di Indonesia. Memiliki populasi terbesar keempat di dunia dan tingkat penetrasi internet yang semakin tinggi juga tidak terkecuali dalam perkembangan industri *esports*.

Pertumbuhan industri *esports* di Indonesia tidak hanya memberikan dampak positif pada bidang hiburan, tetapi juga pada perekonomian Indonesia. Industri *esports* dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dan memberikan kontribusi yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya turnamen *esports* yang diadakan di Indonesia, serta semakin banyaknya tim *esports* Indonesia yang berhasil meraih prestasi di tingkat internasional.

Mobile Legends: Bang Bang merupakan sebuah gim *mobile multiplayer online battle arena* (MOBA) yang dikembangkan oleh pengembang asal Tiongkok, Moonton, anak perusahaan dari ByteDance. Game ini dirilis pada tahun 2016 dan semakin populer, terutama di Indonesia. Berdasarkan Esports Charts, hingga Mei 2025, MLBB jadi gim dengan *esports* yang paling populer di seluruh dunia di tahun 2025 dari segi *peak viewership*.

MPL Indonesia menjadi liga *esports* Mobile Legends: Bang Bang terbesar dari seluruh MPL yang ada di dunia, dari segi *viewership* atau penontonnya. Dilansir dari laman resmi MPL Indonesia, *Mobile Legends: Bang Bang Professional League* (MPL) Indonesia merupakan kompetisi gim Mobile Legends: Bang Bang level tertinggi di Indonesia dengan total hadiah sebesar Rp 5 miliar per season. Di musim sebelumnya, MPL Indonesia berhasil memecahkan rekor dengan 3,9 juta penonton yang menonton secara bersamaan secara live. Pada musim ke-12, MPL Indonesia memecahkan dua rekor dunia, menjadi turnamen lokal pertama dan turnamen *mobile* pertama yang berhasil melampaui 100 juta jam tayang dalam satu musim.

Dinamika kehidupan dan perilaku masyarakat mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut tentu tidak lepas dari pengaruh eksistensi media sosial di tengah masyarakat. *Esports* merupakan salah satu industri yang sangat meng-*utilize* media sosial sebagai sarana untuk berbagai macam kegiatan. Mulai dari penyebaran informasi hingga pemasaran, *esports* kerap menggunakan media sosial agar dapat terus berkembang, tidak terkecuali MPL Indonesia.

MPL Indonesia menjadikan media-media sebagai wadah untuk mengembangkan audiens dan komunitas. Konten-konten yang dihasilkan oleh media dapat dijadikan tempat berinteraksi dan berdiskusi, sehingga komunitas MPL Indonesia dapat terus berjalan kedepannya. Di Indonesia, RevivaLTV merupakan salah satu media yang melakukan *news coverage* terhadap MPL Indonesia. Dari segi pengikut Instagram, akun @revivaltvid merupakan salah satu yang terbesar diantara media-media *esports* lainnya di Indonesia.

Theory of Planned Behavior atau Teori Perilaku terencana merupakan teori yang populer digunakan untuk mengukur dan memprediksi bagaimana perilaku seseorang (Ajzen, 1991). Oleh karena itu, peneliti menggunakan teori tersebut untuk mengukur apakah sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi aktivitas menonton MPL Indonesia yang dilakukan oleh audiens MPL Indonesia.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh KM Leung, MYC Wong, KL Ou, PK Chung, dan KL Lau (2021) yang berjudul “Assessing Esports Participation Intention: The Development and Psychometric Properties of the *Theory of Planned Behavior* -Based Esports Intention Questionnaire (TPB-Esport-Q)”. Penelitian ini dilakukan dengan menguji *Theory of Planned Behavior* (TPB) terhadap partisipasi esports siswa-siswa di Hongkong. Penelitian ini sama-sama meneliti aktivitas terhadap esports dan dalam konteksnya, penelitian ini meneliti minat bermain esports. Penelitian kuantitatif ini menggunakan teknik pengambilan data convenience sampling dengan menyebarkan poster yang berisikan kode QR untuk mengisi kuesioner ke sekolah di Hong Kong. Hasilnya, ditemukan bahwa tiap variabel dalam penelitian ini valid dan reliabel serta berpengaruh terhadap minat bermain esports siswa-siswa di Hongkong.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini mencakup akun Instagram yang berkomentar dalam 5 konten @revivaltvid terkait MPL Indonesia dalam kurun waktu 7 April – 7 Mei 2025 dengan total *engagement* terbanyak dengan total 976 akun Instagram. Untuk penentuan sampel menggunakan rumus Taro Yamane (Memon et.al, 2020) , sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presisi atau *margin of error* (dalam penelitian ini ditentukan 10%)

$$n = \frac{976}{1 + (976 \times 0.1^2)} = 90,7$$

Dari perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan sebanyak 90,7 atau 91 sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data probabilitas atau dengan teknik *simple random sampling*. Dalam menentukan jumlah sampel, diperlukan kembali adanya teknik dalam melakukannya agar sampel dapat mewakili populasi. Menurut Sugiyono (2017) dalam Boediono (2018), *simple random sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi dalam penelitian tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang merupakan penelitian hubungan kausal yang didalamnya terdapat hubungan sebab akibat sehingga terdapat variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2020).

Proses ketika seseorang hendak memutuskan untuk melakukan perilaku tertentu dikaji dalam sebuah teori yang disebut *Theory of Planned Behavior* (TPB). TPB merupakan salah satu teori yang membahas, memprediksi, memahami, dan menjelaskan bagaimana keterkaitan antara niat, dan perilaku seseorang ketika hendak mengambil suatu perilaku. Dalam teori ini, niat atau intensi dijadikan sebagai prediktor utama dari perilaku (Ajzen, 2012). Menurut TPB, intensi berperilaku ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Ketiga faktor tersebut menjadi pengaruh bagi seseorang dalam memutuskan apakah akan melakukan suatu perilaku atau tidak. Sehingga ketiga faktor tersebut peneliti jadikan sebagai variabel bebas, yang terdiri dari Sikap Audiens MPL Indonesia (X1), Norma Subjektif Audiens MPL Indonesia (X2), dan Persepsi Kontrol Perilaku Audiens MPL Indonesia (X3). Sedangkan niat merupakan faktor motivasional yang mempengaruhi yang mempengaruhi perilaku (Ajzen, 1991). Maka niat disini merupakan variabel intervening yang mempengaruhi variabel terikat. Peneliti menjadikan Motivasi Menonton MPL Indonesia (Z) sebagai variabel intervening. Kemudian perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia baik yang diamati langsung maupun tidak dapat diamati oleh pihak luar (Sebayang, W., Gultom, D. Y., & Sidabutar, E. R., 2018). Maka dari itu, untuk perilaku, peneliti menggunakan Aktivitas Menonton MPL Indonesia (Y) sebagai variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan metode angket kuesioner melalui Google Form. Terdapat 45 instrumen kuesioner yang berbentuk dikotomi (diukur ordinal) dan ordinal dengan skala Likert 1-5. Kuesioner ini mengukur total 5 variabel penelitian.

Sebelum melakukan analisis, penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas sebagai bukti bahwa instrumen kuesioner valid dan reliabel. Kemudian data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji hipotesis dengan uji statistik F dan Uji statistik T. Menurut Priyanto (2008), uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak secara bersama. Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikan hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel pada tingkat signifikan 0,05. Apabila F hitung > F tabel maka variabel-variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Umar, 2008:138). Sebelum dianalisis, item kuesioner harus melewati uji validitas dan reliabilitas, berikut adalah hasilnya:

Tabel 1. Uji Validitas Variabel X1

Item	r hitung	r tabel	Ket
X1.1	0,578	0,361	valid
X1.2	0,542	0,361	valid
X1.3	0,756	0,361	valid
X1.4	0,489	0,361	valid
X1.5	0,543	0,361	valid
X1.6	0,706	0,361	valid
X1.7	0,860	0,361	valid
X1.8	0,863	0,361	valid
X1.9	0,619	0,361	valid
X1.10	0,822	0,361	valid
X1.11	0,827	0,361	valid
X1.12	0,675	0,361	valid
X1.13	0,880	0,361	valid

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Tabel 2. Uji Validitas Variabel X2

Item	r hitung	r tabel	Ket
X2.1	0,863	0,361	valid
X2.2	0,801	0,361	valid
X2.3	0,799	0,361	valid
X2.4	0,897	0,361	valid
X2.5	0,641	0,361	valid
X2.6	0,666	0,361	valid
X2.7	0,679	0,361	valid
X2.8	0,790	0,361	valid

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Tabel 3. Uji Validitas Variabel X3

Item	r hitung	r tabel	Ket
X3.1	0,840	0,361	valid
X3.2	0,820	0,361	valid
X3.3	0,817	0,361	valid
X3.4	0,808	0,361	valid
X3.5	0,852	0,361	valid
X3.6	0,890	0,361	valid
X3.7	0,882	0,361	valid
X3.8	0,850	0,361	valid

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Z

Item	r hitung	r tabel	Ket
Z.1	0,676	0,361	valid
Z.2	0,706	0,361	valid
Z.3	0,848	0,361	valid
Z.4	0,792	0,361	valid
Z.5	0,702	0,361	valid
Z.6	0,685	0,361	valid

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Y

Item	r hitung	r tabel	Ket
Y.1	0,898	0,361	valid
Y.2	0,863	0,361	valid
Y.3	0,812	0,361	valid
Y.4	0,869	0,361	valid
Y.5	0,865	0,361	valid
Y.6	0,849	0,361	valid
Y.7	0,846	0,361	valid
Y.8	0,762	0,361	valid
Y.9	0,661	0,361	valid
Y.10	0,799	0,361	valid

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Instrumen	Koefisien	Keterangan
Kuesioner	Reliabilitas	
Dikotomi	0,723	Reliabel
Ordinal	0,984	Reliabel

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Kemudian data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji hipotesis dengan uji statistik F dan Uji statistik T. Menurut Priyanto (2008), uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak secara bersama. Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikan hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel pada tingkat signifikan 0,05. Apabila F hitung > F tabel maka variabel-variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Umar, 2008:138).

Sedangkan uji statistik T menurut Ghazali (2013) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikan 0,05. Jika t hitung > t tabel maka variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya (Umar, 2008:132).

Data dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics 27. Sebelum dilakukan uji analisis dilakukan uji prasyarat terlebih dahulu diantaranya uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji homokedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 91 responden, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki rentang usia 21-24 tahun (47,2%). Kemudian responden juga dominan berjenis kelamin laki-laki (78%) dibanding perempuan (22%). Selain itu, pada penelitian ini, responden didominasi oleh mahasiswa sebesar 48,4%.

Tabel 7. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
13-16	10	11%
17-20	22	24,2%
21-24	43	47,2%
24-27	16	17,6%
Total	91	100%

Sumber: Data Primer Responden

Tabel 8. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	71	78%
Perempuan	20	22%
Total	91	100%

Sumber: Data Primer Responden

Tabel 9. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	19	20,9%
Mahasiswa	44	48,4%
Pegawai Swasta	9	9,9%
Freelance	12	13,2%
Wirausaha	5	5,4%
Petani	1	1,1%
Guru	1	1,1%
Total	91	100%

Sumber: Data Primer Responden

Berdasarkan data dari Pokkt, Decisions Lab, dan MMA pada 2019, 74% pemain gim mobile di Indonesia berusia 20 tahun ke atas dari total 60 juta pemain. Berdasarkan press conference Moonton di tahun 2021, mayoritas pemain gim Mobile Legends: Bang Bang berusia di atas 19 tahun (54%), dengan 19–22 tahun sebagai rentang usia paling dominan sebesar 41%. Selain itu, press conference tersebut juga menyebut bahwa pemain gim Mobile Legends: Bang Bang didominasi oleh laki-laki yang mencapai 80%, sementara perempuan 20%. Lalu, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Indonesia tahun 2020 menyebut bahwa Angka Partisipasi Kasar mahasiswa berada pada usia 18–24 tahun. Data-data yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa data terkait pengguna/pemain gim Mobile Legends: Bang Bang memiliki kesamaan dengan audiens MPL Indonesia. Hal tersebut dikarenakan MPL Indonesia sendiri merupakan liga kompetitif dari gim Mobile Legends: Bang Bang itu sendiri.

Hasil dan Pembahasan Analisis Data

Berdasarkan model dari *theory of planned behavior*, diperoleh 8 hipotesis untuk kemudian dilakukan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji T. Berikut adalah hasil data yang diperoleh dari responden penelitian:

Tabel 10. Hasil Uji F

Hipotesis	F hitung	F tabel	Keterangan
X1→Z→Y	30.573	3.100	Berpengaruh Signifikan
X2→Z→Y	22.712	3.100	Berpengaruh Signifikan
X3→Z→Y	14.416	3.100	Berpengaruh Signifikan
X1, X2, X3→Z→Y	19.734	3.100	Berpengaruh Signifikan

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Berdasarkan hasil uji F yang telah diperoleh pada uji hipotesis 1, 2, 3, dan 4, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar masing- masing 30.573, 22.172, 14.416, dan 19.734, sementara nilai F tabel

sebesar 3.100. Maka F hitung lebih besar daripada F tabel sehingga pada hipotesis 1 hingga 4, terdapat pengaruh yang signifikan. Melihat dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Sikap Audiens MPL Indonesia (X1), Norma Subjektif Audiens MPL Indonesia (X2), Persepsi Kontrol Perilaku Audiens MPL Indonesia (X3), dan Motivasi Menonton Audiens MPL Indonesia berpengaruh secara signifikan terhadap Aktivitas Menonton Audiens MPL Indonesia (Y) Melalui Motivasi Menonton Audiens MPL Indonesia (Z). Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh KM Leung et al. (2021) yang menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan niat secara statistik berpengaruh signifikan terhadap partisipasi esports. Aktivitas menonton MPL Indonesia sendiri merupakan salah satu bentuk dari partisipasi esports sehingga hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian tersebut.

Tabel 11. Hasil Uji T

Hipotesis	T hitung	T tabel	Keterangan
X1→Z	4.041	1.987	Berpengaruh Signifikan
X2→Z	6.306	1.987	Berpengaruh Signifikan
X3→Z	3.330	1.987	Berpengaruh Signifikan
Z→Y	3.759	1.987	Berpengaruh Signifikan

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Berdasarkan hasil uji T yang telah diperoleh pada uji hipotesis 5 dan 6, diketahui bahwa nilai t hitung masing-masing 4.041 dan 6.306, sementara nilai t tabel sebesar 1,987. Maka t hitung lebih besar daripada t tabel sehingga terdapat pengaruh yang signifikan. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Melihat dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Sikap Audiens MPL Indonesia (X1) dan Norma Subjektif Audiens MPL Indonesia (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi Menonton Audiens MPL Indonesia (Z). Albaraccin et al., (2001) dalam Xiao (2020), menyebut bahwa sikap terhadap perilaku dan norma subjektif hampir selalu berhubungan dan mempengaruhi terhadap niat berperilaku. Penelitian tersebut selaras dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa sikap audiens MPL Indonesia dan norma Subjektif Audiens MPL Indonesia berpengaruh terhadap intensi berperilaku yang dalam penelitian ini konteksnya adalah motivasi menonton MPL Indonesia.

Berdasarkan hasil uji T yang telah diperoleh pada uji hipotesis 8, diketahui bahwa nilai t hitung 4,337 dan nilai t tabel sebesar 1,987. Maka terdapat pengaruh yang signifikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Habes (2019), ditemukan bahwa motivasi personal berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan media sosial. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian ini yang menemukan bahwa motivasi menonton audiens MPL Indonesia berpengaruh secara signifikan terhadap aktivitas menonton audiens MPL Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan temuan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap aktivitas menonton MPL Indonesia. Kemudian, sikap, norma, dan persepsi kontrol perilaku juga didapati berpengaruh signifikan terhadap motivasi menonton MPL Indonesia. Selain itu, motivasi menonton MPL Indonesia juga berpengaruh signifikan terhadap aktivitas menonton MPL Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, perasaan, lingkungan sekitar, dan kemudahan dalam menonton MPL Indonesia merupakan hal yang penting bagi audiens MPL Indonesia untuk termotivasi dan kemudian tergerak untuk menonton MPL Indonesia.

Saran

Penelitian ini mengkaji tentang aktivitas menonton audiens MPL Indonesia pada pengikut akun Instagram @revivaltvid, untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi audiens MPL Indonesia untuk menonton MPL Indonesia. Penelitian di masa depan dapat memperluas onbjek penelitian dengan melibatkan berbagai audiens MPL Indonesia di media sosial

yang lain seperti TikTok, YouTube, atau bahkan X, agar penelitian terkait dapat lebih digeneralisasi dan bervariasi.

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pihak penyelenggara MPL Indonesia terkait hal-hal yang perlu dipertimbangkan terhadap audiens mereka. Selain itu, temuan di penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai kontribusi di bidang komunikasi terkait dengan industri esports Indonesia.

Selain itu, penelitian kedepannya disarankan agar dapat menggunakan teori atau model komunikasi lain yang masih relevan dengan motivasi dan aktivitas menonton MPL Indonesia agar faktor-faktor lain yang mempengaruhi hal tersebut dapat diketahui.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2012). *The Theory of Planned Behavior*. *Handbook of Theories of Social Psychology*, 1, 438-459.
- Biocca, F. A. (2012). Opposing conceptions of the audience: The active and passive hemispheres of mass communication theory. In *Communication yearbook 11* (pp. 51-80). Routledge.
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Sealantwax. *PERFORMA*, 3(1), 90-99.
- Cravens, David W., 2000, *Pemasaran Strategis*, Edisi Keempat, Alih Bahasa Lina Salim, Jakarta : Erlangga.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habes, M. (2019). The influence of personal motivation on using social TV: A Uses and Gratifications Approach. *International Journal of Information Technology and Language Studies*, 3(1), 32-39.
- Hutchins, B. (2008). Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games. *New Media & Society*, 10(6), 851-869.
- Leontiev, A. N. (1978). *Atividade, consciência e personalidade*. Buenos Aires: Ciencias del Hombre.
- Leung, K. M., Wong, M. Y. C., Ou, K. L., Chung, P. K., & Lau, K. L. (2021). Assessing Esports participation intention: the development and psychometric properties of the *Theory of Planned Behavior* -based Esports intention questionnaire (TPB-Esport-Q). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 12653.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory (6th Edition)*. SAGE Publications.
- Memon, M.A., Ting, H., Cheah, J.H., Thurasamy, R., Chuah, F., Cham, T.H., 2020. Sample size for survey research: review and recommendations. *J. Appl. Struct. Equ. Model.* 4 (2), i-xx. [https://doi.org/10.47263/JASEM.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01).
- Notoatmodjo. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- PB Esports Indonesia, "Urgensi Masuknya Esports Dalam Revisi Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2015 tentang Sistem Keolahragaan Nasional", *RDPU Komisi X dengan PB Esports Indonesia tanggal 10 November 2020*. Jakarta: PB Esports Indonesia.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. (2024, 12 Februari). *Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2024 tentang Percepatan Pengembangan Industri Gim Nasional* (LN 2024 No. 32). Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.

- Priyanto S. H. (2008). Di dalam Jiwa ada Jiwa: The Backbone and the Social Construction of Entrepreneurships. *Pidato Pengukuhan Guru Besar*, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Rosalia, Tara. 2005. *Aktifitas Belajar*. <http://id.shvoong.com/social-sciences/1961162-aktifitas-belajar>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67
- Sebayang, W., Gultom, D. Y., & Sidabutar, E. R. (2018). Perilaku seksual remaja.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. *Jurnal region*, 1(3), 1-19.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, J., Li, Y., Zhang, H., & Chen, W. (2024). An overview of esports business model research. *Proceedings of the Asian Economics, Management & Policy Society (AEMPS)*. Retrieved from <https://www.ewadirect.com/proceedings/aemps/article/view/14319>
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (2nd ed.). Raja Grafindo Persada.
- Xiao, M. (2020). Factors influencing eSports viewership: An approach based on the theory of reasoned action. *Communication & Sport*, 8(1), 92-122.