

# Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014

Tazsyaqi Deniv Rachmadana  
Ario Bimo Utomo

Program Studi Hubungan Internasional  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: [zrahmdana@gmail.com](mailto:zrahmdana@gmail.com)  
[ariobimo.hi@upnjatim.ac.id](mailto:ariobimo.hi@upnjatim.ac.id)

## ABSTRACT

South Korea is one of the countries in the world that has become a driving force in the development of the gaming world. Starting in 2003, the gaming industry in South Korea began to develop significantly by focusing on promoting domestic games and developing them in foreign markets. To strengthen South Korea's promotion in the eSports sector in the following years, several nation branding efforts were implemented, including strategy, substance and symbolic action. Strategy is carried out through policy making and medium and long term planning which has been created to outline the goals and direction of planning used to promote the South Korean gaming and eSports industry. Substance is carried out through holding various national and international competitions, participation in international exhibitions, holding eSports cultural festivals, holding international gaming conferences and holding international eSports Symposiums. Symbolic action is carried out through holding international game exhibitions and eSports competitions, both national and international competitions with the aim of achieving status as an eSports leader and becoming a leader in the gaming industry sector so that South Korea's nation branding as an eSports country is formed.

**Keywords:** South Korea, eSports, nation branding

Korea Selatan merupakan salah satu negara didunia yang telah menjadi kekuatan pendorong dalam perkembangan dunia game. Diawali pada tahun 2003, dimana industri game di Korea Selatan mulai berkembang secara signifikan dengan berfokus pada promosi game dalam negeri dan pengembangannya dalam pasar luar negeri. Untuk menguatkan promosi Korea Selatan dalam bidang eSports ditahun-tahun berikutnya dilakukanlah beberapa implementasi upaya – upaya nation branding antara lain strategy, substance, dan symbolic action. Strategy dilakukan melalui pembuatan kebijakan dan perencanaan jangka menengah dan jangka panjang yang telah dibuat untuk menguraikan tujuan serta arah perencanaan yang digunakan untuk mempromosikan industri game dan eSports Korea Selatan. Substance dilakukan melalui penyelenggaraan berbagai Kompetisi nasional maupun internasional, partisipasi dalam pameran internasional, pengadaan festival budaya eSports, pengadaan Konferensi game internasional dan pengadaan Simposium eSports internasional. Symbolic action dilakukan melalui penyelenggaraan pameran game internasional dan Kompetisi- Kompetisi eSports baik kompetisi nasional dan internasional dengan tujuan untuk mencapai status sebagai pemimpin eSports serta menjadi Pemimpin di sektor industri game sehingga terbentuk nation branding Korea Selatan sebagai negara eSports.

**Kata Kunci:** Korea Selatan, eSports, nation branding

Korea Selatan merupakan negara yang unik karena di negara ini bermain *game* bukan hanya sebagai pengisi waktu luang saja melainkan bermain *game* sudah menjadi budaya Korea Selatan yang didukung oleh Pemerintah Korea Selatan. Korea Selatan juga telah berperan aktif dalam mengembangkan teknologi informasi modern dan jaringan telekomunikasi serta Korea Selatan merupakan negara yang berpengaruh dalam pengembangan *game online* secara global.

*Game online* memang sudah menjadi fenomena budaya yang luar biasa, tidak hanya di Korea Selatan saja tetapi juga negara-negara yang ada di seluruh dunia. Bermain *game online* melibatkan interaksi sosial secara aktif dan berhubungan dari satu dengan yang lain.<sup>42</sup> Maka dari itu Korea Selatan telah menetapkan budaya bermain *game online* sebagai aktivitas hobi berbasis internet yang besar dan juga bentuk hiburan populer yang berkembang di pasar domestik Korea Selatan. Selain itu Korea Selatan juga telah menjadi pelopor dalam mengembangkan beberapa bidang *game online*, mulai dari perkembangan industri *game* Korea Selatan hingga menuju *eSports* yang merupakan tahap perkembangan selanjutnya di sektor *game online*. *ESports* merujuk pada permainan video *game* kompetitif (profesional dan amatir) yang sering dikoodinasikan oleh liga dan *leaderboard* dengan turnamen yang berbeda dan dimana para pemain biasanya merupakan bagian dari tim atau organisasi olahraga lainnya yang juga disponsori oleh berbagai organisasi bisnis.

Keberhasilan *eSports* juga didukung oleh Pemerintah Korea Selatan dalam hal layanan broadband. Penyebaran layanan *broadband* yang cepat di Korea Selatan dimulai dengan penerapan undang-undang kerangka kerja tentang informasi oleh pemerintah yang ditetapkan pada tahun 1995. Undang-undang tersebut merupakan rencana pertama untuk strategi secara menyeluruh dalam membangun *Korean Information Infrastructure* (yang selanjutnya disebut KII) oleh Kementerian Informasi dan Komunikasi. Tujuan dari KII adalah untuk membangun infrastruktur informasi nasional yang canggih, meliputi jaringan komunikasi, layanan internet, perangkat lunak aplikasi, komputer, serta produk dan layanan informasi.

Perkembangan layanan *broadband* yang pesat tidak akan terjadi tanpa adanya adaptasi yang tanggap oleh konsumen (masyarakat Korea Selatan) terhadap teknologi baru. Beberapa faktor seperti *PC Bang* dan juga *game online* memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan layanan *broadband* di Korea Selatan, karena mereka telah membentuk dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat Korea Selatan.

Selain *PC Bang* yang menjadi faktor dalam perkembangan layanan *broadband* adalah *game online*, *Starcraft* merupakan *game online* yang dibuat oleh perusahaan *Blizzard* Amerika Serikat. Rekor penjualan game ini di Korea Selatan diperkirakan mencapai lebih dari 3.5 juta *copy*, jumlah yang lebih dari setengah total penjualan global sebanyak 6 juta *copy* sejak diluncurkan pada tahun 1998 hingga 2002. Dengan kemunculan *Starcraft*, generasi muda dengan cepat meninggalkan aktivitas hobi yang populer seperti biliard, *game arcade* dan catur. Seiring berkembangnya waktu ke waktu, *Starcraft* di Korea Selatan jauh melampaui

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

sekedar permainan *game* biasa dan telah membawa dampak pada sektor lain yang terkait dengan *game*, seperti *eSports* yang memandang *game* komputer sebagai kompetisi olahraga yang dapat merangkul penonton.

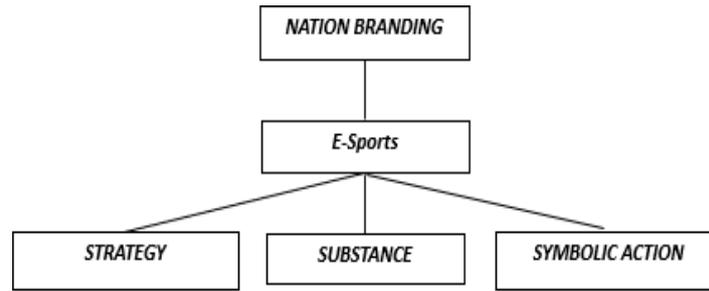
### **Konsep Nation Branding**

*Nation branding* secara luas dilihat sebagai praktik *country of origin (COO)* yang merupakan bagian dari upaya suatu negara untuk mendukung, mempertahankan dan melindungi *brand-nya*. Selain itu, *Nation Branding* adalah bagaimana suatu negara bisa mempengaruhi dan menciptakan sebuah platform positif dan lingkungan yang efektif bagi suatu *brand* negara itu untuk bersaing di pasar global.

*Nation branding* dapat digunakan sebagai tujuan politik, diplomasi, bisnis ataupun politik yang perlu diintegrasikan untuk mencapai tujuan yang sama. Negara-negara melakukan melakukan upaya untuk mendalami pencitraan brand negara mereka sebagai pengakuan atas kebutuhan untuk memenuhi tujuan yaitu untuk menarik wisatawan, untuk memikat para investor untuk berinvestasi, untuk meningkatkan ekspor, dan juga untuk menarik bakat yang dimana negara-negara bersaing untuk menarik pekerja terampil dan juga menarik individu yang berpendidikan tinggi.

Melalui buku *Place: identity, image, and Reputation* yang ditulis oleh Simon Anholt disebutkan bahwa ada 3 tahapan dalam *nation branding* yaitu *strategy*, *substance*, dan *symbolic action*. *Strategy* adalah tahap awal untuk mengetahui siapa negara tersebut dan dimana posisinya saat ini, suatu negara harus merancang akan kemana arah negara ingin pergi dan bagaimana tujuan tersebut dapat tercapai. Lalu tahap yang kedua adalah *substance* yang merupakan pelaksanaan efektif dari *strategy* yang dibentuk melalui kegiatan ekonomi, hukum, politik, sosial-budaya, dan pendidikan baru seperti inovasi nyata, bisnis, legalisasi, reformasi, investasi, institusi, dan kebijakan yang akan membawa kemajuan yang diinginkan. Tahap yang ketiga sekaligus sebagai tahap terakhir adalah *symbolic action* yang merupakan sebuah simbol dari perencanaan yang dilakukan negara agar hasil dari perencanaan tersebut menjadi komponen dari cerita nasional dan sarana yang layak untuk diceritakan. Ketiga tahapan tersebut digunakan oleh Korea Selatan dalam upaya *nation branding* melalui *eSports*.

Simon Anholt (2010) mengemukakan sebuah sintesa pemikiran tentang *Nation Branding* yakni :



Berdasarkan bagan yang telah dibuat dijelaskan sintesa pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini. Dimulai dengan *Nation Branding*, teori ini berbicara bahwa Setiap negara memiliki nama dan citra yang unik di benak masyarakat baik di dalam maupun di luar negeri, oleh karena itu sebuah negara memiliki suatu brand. (Anholt, 2010).

### **Metode Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti fenomena yang sedang terjadi. Sehingga, metode ini berusaha untuk menggambarkan objek yang diteliti secara terperinci. Penulis mengambil metode deskriptif untuk mengamati bagaimana Korea Selatan menggunakan *eSports* sebagai alat *Nation Branding* tahun 2000-2014.

### **Pembahasan**

#### **Implementation Strategy**

Korea Selatan sering kali dijadikan sebagai bentuk contoh masa depan *eSports* Global bagi negara Amerika utara dan Eropa. Kekuatan dominasi dari *pro gaming* di Korea Selatan bersumber dari aspek yang lebih mendalam daripada sekedar semangat pemain dan komunitas profesional. Inisiatif Pemerintah Korea Selatan untuk mempromosikan *eSports* telah menjadi fokus dukungan yang sangat penting dalam upaya menciptakan budaya *game* yang sehat, meningkatkan daya saing dalam industri *game*, memimpin dalam pasar olahraga digital yang baru. Inisiatif tersebut diimplementasikan dengan diamandemennya Undang- Undang Rekaman Musik dan Video yang salah satunya mengatur mengenai klasifikasi *game*.

*Game digital* juga telah menjadi subjek promosi aktif oleh Kementerian Kebudayaan, Olahraga, Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (yang sekarang berganti nama menjadi Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata) di bawah amandemen Undang-Undang Musik dan Video. Pasal 3 dari Undang-Undang tersebut menyebutkan bahwa pengembangan konten terkait *game* sebagai salah satu tugas utama Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata. Dengan landasan hukum ini, bagian industri budaya

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

yang berada di bawah Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata dapat memainkan peran utama dalam merancang dan mengimplementasikan tindakan promosi yang berfokus pada pengembangan konten terkait *game*, mendukung produksi game dan melatih para tenaga kerja profesional.

Kementerian kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan (selanjutnya dipanggil Kementerian Kebudayaan) merencanakan untuk mendirikan lembaga pelatihan khusus untuk industri game, mendirikan sekolah game selama liburan sekolah untuk siswa sekolah dasar, sekolah menengah pertama dan menengah atas. Kementerian Kebudayaan juga berencana untuk mengadakan kompetisi amatir, menggelar pameran game internasional, menyediakan dukungan keuangan untuk perusahaan game. Namun karena kurangnya koordinasi antara Kementerian-Kementerian di Korea Selatan, kebijakan promosi game yang terkoordinasi secara sistematis baru diterapkan pada tahun 1998, ketika pasar game Korea Selatan mulai berkembang secara signifikan.

Tahun 2003, industri game di Korea Selatan mulai berkembang secara signifikan yang dapat dilihat melalui periode tahun 2003 sampai dengan 2005, industri game Korea Selatan memfokuskan dirinya sebagai dalam mencapai periode strategis untuk mempromosikan industri game dalam negeri dan juga pengembangannya dalam pasar luar negeri. Kebijakan selama periode ini akan terus berkembang dengan tujuan memperkuat citra global yaitu "Game Korea". Rencana Jangka Menengah dan Jangka Panjang memiliki tujuan untuk mendorong industri game yang berfokus pada penguatan infrastruktur industri game yang hal ini termasuk penguatan dalam kebijakan terkait industri game. Pada tahun 2003, Upaya yang berkaitan dengan industri game KGDI ingin memfokuskan tujuannya kepada pengembangan pasar global dari industri game Korea Selatan. Hal ini dapat dicapai dengan adanya penyelenggaraan pameran dan konferensi game internasional yang bergengsi di Korea Selatan dengan tujuan yang jelas untuk mencapai status peringkat teratas di dunia dalam ranah game online.

Dilanjut pada tahun 2005, Korea Selatan mulai memperluas kebijakan industri game ke tingkat internasional dengan fokus pada promosi terkait Game Korea. Dengan tujuan tersebut, Kementerian Kebudayaan Korea Selatan mulai berencana untuk memajukan eSports melalui penyelenggaraan liga dan kompetisi game, pembangunan infrastruktur khusus eSports, serta ikut berpartisipasi dalam pameran dan kompetisi internasional. Meskipun game seringkali memiliki citra negatif, eSports diakui sebagai solusi yang dapat merubah persepsi negatif serta menciptakan budaya baru. Kementerian Kebudayaan Korea Selatan juga memiliki suatu rencana untuk menjadi tuan rumah G-Star yang merupakan acara pameran game internasional di tahun 2005 yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan promosi kompetisi Game Korea secara global dan memperkuat dasar ekspor yang lebih beragam

Pada tahun 2006, Kementerian Kebudayaan Korea Selatan memberi dukungan untuk para pengembang game dalam negeri untuk bisa berpartisipasi dalam pameran game internasional seperti E3 (Electronic Entertainment Expo) dan Game Convention (GC) di Amerika Serikat dan Eropa yang bertujuan untuk meningkatkan status industri game Korea Selatan secara mengglobal. Selain itu Kementerian Kebudayaan Korea Selatan juga berniat untuk mengembangkan pameran game G-Star sebagai terbesar di Asia serta mempunyai target peserta yaitu 200 dari dalam negeri dan juga luar negeri. Setelah berencana untuk mengembangkan pameran terbesar di Asia, Kementerian Kebudayaan Korea Selatan juga berencana untuk menjadi tuan rumah untuk pertemuan internasional yang ditujukan untuk membahas status Korea Selatan sebagai negara eSports.

Pada tahun tersebut, Korea Selatan memiliki sebuah rencana untuk membentuk Dewan Internasional eSports yang memiliki tujuan agar Korea Selatan menjadi salah satu kekuatan utama dalam industri eSports dunia. Proses pembentukan Dewan Internasional eSports akan mencakup penyatuan pencapaian industri eSports dari dalam dan luar negeri, membagi pengetahuan seputar eSports, pembentukan aturan yang seragam, serta pembentukan visi dan strategi pengembangan eSports secara bersama-sama. Tujuan dari dibentuknya Dewan Internasional eSports yaitu sebagai kegiatan promosi eSports, kegiatan yang berkaitan dengan pembentukan jaringan komunikasi, kegiatan yang berkaitan dengan analisa strategis dengan media, kegiatan untuk mempertahankan sponsor perusahaan dan mempromosikan kompetisi internasional.

Kemudian, Kementerian Kebudayaan Korea Selatan, Yoo In-chon, mengumumkan kebijakan terkait jangka menengah dan jangka panjang untuk mempromosikan industri game, yang akan diimplementasikan tahun 2008 hingga tahun 2012, dalam rangka untuk menciptakan momentum baru untuk pertumbuhan dan perkembangan industri game, yang merupakan industri inti di antara industri konten budaya di masa depan. Rencana ini bertujuan agar Korea Selatan “Leading the global gaming market by creating new markets in the future” dengan motto “all games lead to Korea” yang dengan jelas mengungkapkan keinginan kuat untuk membuat lompatan yang lebih besar daripada rencana yang pertama (rencana jangka pendek dan panjang 2003-2007). Untuk mencapai hal tersebut ada beberapa tugas yang harus dilaksanakan oleh Pemerintah Korea Selatan yaitu pada tahun 2008 dimana langkah yang dilakukan oleh Pemerintah Korea Selatan adalah ekspansi strategis ke pasar global yang bisa dicapai dengan berpartisipasi dalam pameran internasional seperti, TGS (Tokyo Game Show), GC (Game Convention), pameran G-Star dan pameran-pameran internasional lainnya. Lalu yang kedua adalah mempromosikan pertukaran internasional dalam industri game. Hal ini bisa dicapai melalui menyelenggarakan Konferensi Game Internasional, mengadakan pameran atau kompetisi Internasional dan simposium internasional. Lalu yang ketiga adalah memberikan dukungan untuk menguatkan eSports melalui penyelenggaraan kompetisi eSports nasional untuk penyandang disabilitas serta mengadakan kompetisi eSports Amatir nasional. Yang terakhir adalah memperkuat kepemimpinan global game korea.

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

Lanjut pada tahun 2009, untuk mengembangkan eSports dalam negeri, turnamen Korea eSports Games berambisi untuk meningkatkan statusnya menjadi turnamen Presiden, serta menjadi kejuaraan nasional eSports yang diakui dengan partisipasi 16 Pemerintah Daerah di Korea Selatan. Kompetisi ditujukan untuk menjadi budaya olahraga baru yang menarik serta menjadi suatu dasar model eSports di masa depan. Secara internasional, dengan adanya pembentukan International eSports Federation yang dipimpin oleh Korea Selatan juga mempunyai rencana untuk menetapkan standar eSports internasional melalui infrastruktur dan juga pengetahuan yang dimiliki oleh Korea Selatan dan akan diimplementasikan dengan Olimpiade eSports yang bertuan rumah di Korea Selatan.

Kemudian, pada tahun 2010 setelah Yoo In-Chon menjabat sebagai Kementerian Kebudayaan, ia mengumumkan rencana jangka menengah dan jangka panjang yaitu eSports Inovation 2.0 dengan tujuan merevitalisasi dan mengglobalisasikan eSports sebagai kegiatan rekreasi nasional. Rencana yang pertama adalah memperluas eSports sebagai kegiatan rekreasi nasional. Hal ini dapat tercapai dengan mendukung kegiatan eSports fungsional, menyelenggarakan kompetisi eSports keluarga, menyelenggarakan acara eSports untuk lansia dan penyandang disabilitas dan menyelenggarakan forum-forum terkait eSports. Rencana yang kedua memperkuat hubungan industri eSports dan game melalui globalisasi game eSports dalam negeri. Karena eSports merupakan olahraga berbasis game, maka diperlukan kerja sama yang aktif dengan industri game yang merupakan pemegang hak cipta game. Hal ini dapat tercapai melalui mempromosikan game lokal melalui acara GNGWC (Game&Game World Championship). Rencana yang ketiga yaitu memperkuat kepemimpinan global eSports melalui penguatan peran IeSF (International eSports Federation) yang dipimpin oleh Korea Selatan sebagai Organisasi eSports global. Rencana yang keempat yaitu menciptakan lingkungan untuk pertumbuhan eSports yang berkelanjutan. Hal ini dapat dicapai dengan membentuk Dewan Penyelesaian Perselisihan eSports yang dimana pakar eSports dan hukum dapat berpartisipasi untuk memediasi perselisihan terkait eSports. Rencana yang kelima yaitu memperluas KeG (Korea eSports Games) sebagai model inovasi serta sebagai fondasi untuk pengembangan eSports dalam jangka menengah dan jangka panjang. Dengan kata lain, KeG merupakan model dimana para pemain profesional, Asosiasi terkait eSports dan Pemerintah Korea Selatan bekerja sama secara terintegrasi juga melalui kerja sama dengan sekolah, wilayah dan industri game, yang diadakan sebagai Festival eSports yang dapat diikuti oleh seluruh daerah setiap tahunnya.

Upaya-upaya yang dilakukan Pemerintah diatas merupakan bentuk dalam mempromosikan eSports sebagai kegiatan rekreasi nasional dan menjadikannya sebagai budaya yang hidup yang memungkinkan integrasi antar generasi dan integrasi sosial di era digital serta mendorongnya sebagai nation branding yang bisa menjadi simbol dari Digital Korean Wave. Yang kemudian pada tahun 2014 untuk memperluas manfaat dari eSports, Kementerian Kebudayaan Korea Selatan membuat beberapa kebijakan terkait industri game dan juga eSports. Yang pertama, Kementerian Kebudayaan Korea Selatan akan mendukung

perusahaan-perusahaan game untuk mempromosikan game dalam negeri melalui partisipasi dalam pameran game luar negeri seperti ChinaJoy, Gamescome di Jerman, Tokyo Game Show di Jepang. Lalu yang kedua, terkait dengan dukungan akan eSports dan memperkuat kepemimpinan global Korea Selatan dalam bidang eSports, Kementerian Kebudayaan Korea Selatan dan IeSF berencana untuk mengadakan Kompetisi eSports Amatir Nasional Presiden dan Kejuaraan Para eSports Dunia pertama yang bertujuan untuk memperluas basis industri dan budaya eSports.

### **Implementasi Substance**

Dalam hal implementasi substance dalam upaya nation branding Korea Selatan dibidang eSports maka dibentuklah sebuah Lembaga yang disebut dengan Korea Game Industry Development Institute (selanjutnya dipanggil KGDI) sebagai sebuah lembaga yang memiliki basis untuk mempromosikan kebijakan terkait game seperti promosi game, dukungan pembuatan game, pelatihan tenaga kerja game dan penelitian teknologi game serta bertanggung jawab atas berbagai tugas untuk menumbuhkan industri game dalam negeri dan membangun budaya game. KGDI kemudian mengalami perubahan nama tiga kali, yang pertama adalah Game Industry Development Agency dan yang kedua adalah Game Industry Promotion Agency dan yang sekarang lembaga ini disebut dengan nama Korea Association of Game Industry. Tujuan dari dibentuknya KGDI adalah untuk memperkuat fondasi dasar industri game, meningkatkan pemahaman mengenai budaya game dan mengembangkan sumber budaya manusia. Lembaga ini juga berusaha untuk menjaga keseimbangan yang tepat antara mencapai keuntungan, melayani kepentingan publik, meningkatkan efisiensi dan mendorong pertumbuhan industri game.

Setelah berdirinya KGDI di tahun 1999 dan di tahun-tahun berikutnya mulai muncul berbagai jenis infrastruktur dukungan guna mengembangkan teknologi game dan sarana informasi terkait pemasaran pada tingkat internasional Pertama, KGDI menciptakan dasar hukum dan sistem untuk mempromosikan industri game. Undang-Undang produk RVGA yang mulai berlaku pada tahun 1999, mengandung ketentuan-ketentuan yang terkait dengan pengembangan pembuatan game, mengembangkan tenaga ahli, membangun infrastruktur dan meningkatkan distribusi industri game. Berdasarkan Undang-Undang RVGA, KGDI telah mengeluarkan rekomendasi perusahaan di sektor industri game untuk pengurangan wajib militer dan menciptakan sistem sertifikasi untuk mengevaluasi bisnis ventura (merupakan jenis bisnis yang dimulai oleh individu atau kelompok kecil yang berfokus pada pengembangan ide).

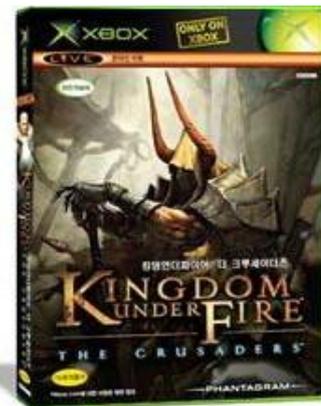
Tujuan dari dibentuknya KDI sendiri ialah Pertama, KGDI menciptakan dasar hukum dan sistem untuk mempromosikan industri game. Undang-Undang produk RVGA yang mulai berlaku pada tahun 1999, mengandung ketentuan-ketentuan yang terkait dengan pengembangan pembuatan game, mengembangkan tenaga ahli, membangun infrastruktur dan meningkatkan distribusi industri game. Berdasarkan Undang-Undang RVGA, KGDI telah mengeluarkan rekomendasi perusahaan di sektor industri game untuk pengurangan

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

wajib militer dan menciptakan sistem sertifikasi untuk mengevaluasi bisnis ventura (merupakan jenis bisnis yang dimulai oleh individu atau kelompok kecil yang berfokus pada pengembangan ide atau hiburan, seperti industri game). Pengurangan wajib militer merupakan sebuah langkah yang diambil untuk memberikan insentif kepada individu atau perusahaan dalam industri game agar para pemilik bisnis ini dapat fokus pada pengembangan proyeknya tanpa harus menghadiri wajib militer. Sejak tahun 2002, KGDI telah menerapkan sistem sertifikasi ini untuk menilai kualifikasi teknisi bersertifikat negara di tiga bidang game yakni perencanaan game atau skenario/alur dalam game, grafik yang akan dibuat untuk game dan pemrograman untuk game.

Kedua, KGDI telah memainkan peran penting dalam mengembangkan infrastruktur kreatif dalam industri game. Hal ini terwujud dalam berbagai cara, termasuk mendukung para pebisnis game baru melalui fasilitas yang membantu para pengembang game untuk memulai bisnisnya. Hingga pada akhir tahun 2003, lebih dari 100 perusahaan game telah muncul melalui cara tersebut. KGDI telah mengimplementasikan sistem dukungan yang bertujuan untuk mendorong investasi dan pembiayaan dalam pengembangan konten game. Sejak tahun 2002 Lembaga ini juga mendukung kegiatan pemasaran serta memiliki platform inkubasi online yang dikenal dengan nama Crocess.com.

### ***Korea Game Grand Award***



Hal ini juga telah mendorong penciptaan konten *game* yang baik dengan sistem dukungan *game* dan skenario melalui “*Game of the Month*”, “*Korea Game Grand Awards*”, “*Best Game Production Pre-support*”, “*Best Game Scenario Commision Competition*”.

### ***Korean Game White Paper***



KGDI juga memperluas aktivitasnya dengan menerbitkan buku dan artikel yang berisi informasi baru dan analisis data. Hal tersebut mencakup publikasi tahunan seperti Korea Game White Paper dan *Journal of Game Industry & Culture*. Selain itu, KGDI juga berperan dalam membangun fondasi dan sistem untuk melatih para profesional game.

Setelah mendirikan Game Academy di bawah naungan KGDI pada tahun 2000, lembaga ini secara rutin meluluskan sekitar 250 spesialis game setiap tahun melalui program pendidikan formal selama dua tahun. Program ini mencakup pengajaran desain game, grafis pemrograman, serta berbagai bidang terkait lainnya. Selain itu, Lembaga ini juga menyelenggarakan program pendidikan jangka pendek (2 tahun) dan jangka panjang (4 tahun), seperti pelatihan singkat bagi para remaja dan program-program lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pengembangan game. KGDI juga memulai program pendidikan online untuk masyarakat umum di tahun 2000 yang mana program ini sudah berkontribusi pada penyediaan tenaga kerja berkualitas bagi industri game.

KGDI terus memberikan dukungan untuk upaya pemasaran di luar negeri. Sejak berdirinya KGDI, Lembaga ini mendukung partisipasi perusahaan dalam pameran game terbuka di luar negeri seperti E3 (Electronic Entertainment Expo) dan ECST (European Computer Trade Show), yang telah memberikan peluang kepada sekitar 236 perusahaan game lokal untuk memasuki pasar internasional. Fokus terkait kebijakan industri game yang telah dibuat adalah untuk mengatasi dampak buruk dari bermain game dan persepsi negatif masyarakat tentang game pada tahap awal. Namun, sejak pertengahan dan akhir tahun 2000 fokusnya adalah mengembangkan game sebagai bagian dari budaya.

Pada tahun 2002, Korea Selatan juga menyelenggarakan Kamex atau Korea Amuse Game Expo yang merupakan pameran game terbesar di Korea Selatan yang memiliki slogan Dynamic Korea, Wonderful Game. Pameran ini juga diakui sebagai pameran game profesional pertama di Korea Selatan dengan menampilkan sekitar 80 perusahaan game dari 15 negara termasuk NCsoft, Nexon, Gravity, dan NHN yang berlomba-lomba untuk mendominasi pasar game online generasi berikutnya.

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

Lanjut, pada tahun 2003, KAMEX juga diselenggarakan tahun ini dengan slogan “Life is Fun, Game is Fun yang menghadirkan sekitar 70 perusahaan game di dunia untuk berpartisipasi serta memperkenalkan berbagai macam produk game andalan mereka. Pameran ini menampilkan game online baru dan menarik sekitar 3.000 pembeli dari luar negeri dan sekitar 100.000 pengunjung hadir dalam pameran game ini, yang menjadikannya sebagai salah satu dari empat pameran game terbesar di dunia setelah E3 (Electronic Entertainment Expo) dari Amerika Serikat, ECST (European Computer Trade Show) dari Inggris dan TGS (Tokyo Game Show) dari Jepang. Di tahun yang sama Korea Selatan menyelenggarakan WCG (World Cyber Games) 2003 di Seoul, Olympic Park. WCG merupakan sebuah kejuaraan dunia eSports yang diadakan di Korea Selatan serta menghadirkan jumlah total atlet sekitar 600 atlet dari 55 negara. Dengan slogan ‘Beyond the Game’ mencerminkan keinginan WCG untuk mencapai berbagai tujuan melalui kompetisi game dan diakui sebagai konvensi game terbesar yang pernah diadakan.

Pada tahun 2005 G-Star (Game Show & Trade, All-Round), sebuah pameran game internasional diadakan di Korea Selatan dengan memiliki slogan “A new world of gaming opens up. G-Star melibatkan 150 perusahaan dari dalam dan luar negeri serta menyediakan stan sekitar 1.500 stan, melebihi skala Tokyo Game Show yang diadakan di Jepang pada bulan September tahun 2005. Pameran ini akan menampilkan sekitar 200 game online baru secara eksklusif berasal dari dalam negeri. Meski pameran ini akan menjadi suatu debut global untuk masing-masing game, persaingan ketat dalam kualitas game tidak dapat dihindari. Oleh karena itu G-Star tidak hanya menjadi ajang untuk mengkompilasi game-game dalam negeri tetapi juga sebagai sebuah arena persaingan untuk menilai kualitas dan daya saing pasar masing-masing perusahaan game. Selain G-Star, pada tahun ini Korea Selatan juga berpartisipasi dalam turnamen China-Korea Cyber Games (CKCG) 2005 yang diselenggarakan di China World Hotel Beijing, Cina. Festival ini merupakan acara eSports pertama yang didukung serta dipromosikan bersama oleh negara Korea Selatan yang merupakan negara dominan dalam eSports dan negara Cina merupakan pasar eSports yang memiliki potensial terbesar di dunia. Di tahun 2006, G-Star kembali diadakan dengan tujuan untuk menjadi pameran game global. Tahun ini merupakan tahun yang tepat untuk G-Star agar berkembang menjadi pameran game kelas dunia. Di tahun ini G-star dianggap akan memiliki tantangan yang sulit karena ada beberapa perusahaan game besar seperti Blizzard Entertainment dan EA (Electronic Arts) yang menyatakan tidak akan berpartisipasi dalam pameran G-Star tahun ini.

Setelah menggelar dan berpartisipasi dalam pameran game internasional, Korea Selatan juga mengadakan Simposium eSports Internasional. Simposium eSports Internasional 2006 diselenggarakan oleh Korea eSports Association (KeSPA) dan Korea Game Development Institute (KGDI) dan juga disponsori oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan. Simposium ini diadakan dengan tujuan untuk mempromosikan budaya eSports Korea Selatan yang maju kepada dunia dan untuk bertukar pikiran dengan otoritas eSports dari

seluruh dunia seperti Matthieu Dallon, seorang Presiden ESWC (Electronic Sports World Championship), Jens Hiffigers, Presiden Asosiasi eSports Jerman, Yuan Fu, Wakil Presiden dari Administrasi Umum Olahraga Tiongkok dan Roderick Alemania, Wakil Presiden pengembangan bisnis IGN Entertainment.

Pada akhir tahun 2005, Korea Selatan melalui Korea eSports Association (selanjutnya dipanggil KeSPA) telah memperkenalkan sebuah stadion khusus eSports. Dimana stadion tersebut merupakan kesepakatan antara CEO Hyundai dan Ketua dari KeSPA, yang mana Hyundai Station sepakat akan menyediakan stadion untuk eSports dan juga beberapa fasilitas tambahan terkait penyelenggaraan kompetisi, penyiaran dan kebutuhan lainnya terkait eSports dan sementara KeSPA sepakat untuk bertanggung jawab dalam pengoperasian stadion eSports tersebut. Sebagai hasilnya, stadion eSports pertama di Korea Selatan yang dibangun di Yongsan, I-Park Mall Electronics Hall. Lanjut pada tahun 2008, Pameran game terbesar G-Star 2008 diselenggarakan di Gyeonggi-do dan sekitar 162 peserta pameran (104 peserta dalam negeri dan 58 peserta dari luar negeri) dari 17 negara yang berpartisipasi dalam G-Star 2008 dan berhasil menarik rekor jumlah pengunjung sebanyak 190.000 orang (189.658). Lebih dari 980 konsultasi ekspor diadakan di stan B2B (Business to Business) dan perusahaan-perusahaan dari seluruh dunia seperti, Tiongkok, Jerman dan Rusia, hadir dan bertemu dengan perusahaan-perusahaan domestik.

Festival Budaya eSports Cheonan 2008 dengan slogan 'come&play e-cheonan' juga ikut diselenggarakan pada tahun ini di Korea Selatan, Kota Cheonan. Festival ini merupakan festival yang dimana semua generasi berpartisipasi dan juga memimpin budaya game yang sehat. Festival ini menampilkan lima pertandingan resmi yaitu Special Force, Sudden Attack, FIFA Online, Freestyle dan Kartrider. Pemenang dan juara 2 dari setiap acara pertandingan akan berhak mewakili Chungcheongnam-do di Kompetisi eSports Amatir Nasional Cheonan 2008 yang akan diselenggarakan oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan di tahun ini di Yugusun Gymnasium dan Arario Square bertujuan untuk memperkuat eSports Korea Selatan, merevitalisasi eSports lokal dan menemukan pemain-pemain yang mempunyai potensi untuk bisa melangkah ke gamer professional.

Pada tahun yang sama, Korea Selatan juga mengadakan Korea Game Conference (KGC) yang merupakan konferensi profesional game terbesar di Asia dan sebagai acara game internasional terkemuka di Korea Selatan serta memiliki slogan yaitu The 5th Generation of Gaming. Dimana, KGC 2008 mengundang sekitar 80 pengembang game dunia yang akan memberikan materi terkait pengembangan game generasi berikutnya seperti Jaehyun Bae, Wakil Presiden Pengembangan game dari perusahaan game no.1 di Korea Selatan (NCSoft) yang akan membawakan 'Creating a Different Gaming Experience', Jaehyun Bae ingin mempresentasikan materi tersebut untuk menjelaskan kondisi game online Korea Selatan pada tahun 2008 dan masalah yang perlu dipecahkan dalam mengembangkan game online, lalu Yoshiki Okamoto dari Game Republic Jepang dengan game andalannya yaitu Street Fighter, akan menjelaskan mengenai 'Game Development by Learning from Failure'.

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

Kemudian, pada tahun 2009 Kompetisi Korea eSports Games ke-1 (KeG 2009) telah diselenggarakan dan menghadirkan 500 pemain eSports amatir yang akan bertanding dalam kompetisi ini di Andong Indoor Gymnasium, Kota Andong. KeG merupakan Kompetisi Amatir Nasional yang dimulai pada tahun 2007 dengan tujuan mengembangkan eSports Korea Selatan dan merupakan kompetisi eSports amatir paling bergengsi di Korea Selatan. Pertandingan yang akan dipertandingkan merupakan game-game yang berasal dari Korea Selatan yang juga dikembangkan oleh perusahaan game Korea Selatan seperti game FPS dari perusahaan CJ Internet yaitu Sudden Attack dan Special Force dari perusahaan Dragonfly, game bisbol online yaitu Slugger dari perusahaan Neowiz Games game sepak bola yaitu FIFA ONLINE 2 yang juga berasal dari Neowiz Games dan yang terakhir Pump It Up merupakan game menari yang berasal dari perusahaan Andimiro.

Pada tahun ini, IeSF juga menyelenggarakan kompetisi eSports pertamanya yaitu IeSF Challenge yang bertujuan untuk menetapkan standarisasi internasional eSports pertama di dunia dan diselenggarakan di O2 Resorts, Kota Taebaek, Provinsi Kangwon dengan 128 pemain top dunia dari 20 negara yang berpartisipasi. Pertandingan ini merupakan ajang kompetisi eSports resmi internasional pertama yang diselenggarakan oleh IeSF dengan dua kategori game resmi yaitu Warcraft III dan FIFA Online 2 (kompetisi individu) dan ada juga pertandingan eksibisi di A.V.A (Aliiance of Valiant Arms) (kompetisi tim). Untuk merevitalisasi pertukaran eSports antar negara dan mengembangkan global eSports, IeSF mengadakan Grand Final IeSF 2010 yang diselenggarakan di Korea Selatan dan merupakan kolaborasi antara IeSF dan KOCCA dan didukung oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan, serta SK telecom. Lebih dari 300 pemain dari 33 negara di seluruh dunia berpartisipasi untuk berkompetisi dalam dua kategori yaitu FIFA Online 2 dan Warcraft III.

Pada tahun berikutnya, Korea Selatan menyelenggarakan simposium ke-5 oleh KOCCA (Korea Creative Content Agency) dan IeSF yang membahas isu terkait negara yang menjadi tuan rumah kompetisi eSports, menciptakan forum, mempersiapkan rencana untuk pengembangan eSports dan mempromosikan eSports antar negara. Salah satu diskusi yang menarik pada simposium 2010 ini adalah standarisasi internasional eSports yang dibawa oleh Joshua Latendrez. Beliau berpendapat bahwa eSports saat ini menghadapi sejumlah tantangan seperti kerja sama dengan pengembang dan penerbit, sponsor dan dukungan perusahaan, mendapatkan perhatian dari media game, serta mempertahankan dan menarik para penggemar setia game adalah suatu isu yang perlu diatasi oleh berbagai negara dalam menyelenggarakan eSports.

Masuk pada tahun 2011, Korea Selatan menyelenggarakan Kompetisi eSports Amatir Nasional Piala Presiden dengan mempertandingkan sekitar 600 perwakilan dari 16 provinsi yang akan berkompetisi dalam lima cabang olahraga yang di kembangkan dalam negeri termasuk Special Force, FIFA Online 2, Slugger, Aliiance of Valiant Arms dan Karma. Acara ini mencakup kompetisi olimpiade informasi tingkat nasional, kompetisi robotika cerdas dan

festival sains untuk siswa sekolah yang bertujuan untuk membina sumber daya manusia di bidang sains informasi dan menjadikan Kota Suwon sebagai Kota Sains Informasi utama.

Kementerian Kebudayaan Korea Selatan juga menyelenggarakan Game & Game World Championship (GNGWC) pada tahun ini Game resmi yang akan dihadirkan dalam GNGWC adalah Shot Online, Ace Online dan Warlock yang merupakan game-game online buatan dalam negeri dan memperebutkan uang dengan total \$5000 untuk juara pertama, \$3000 untuk juara kedua, \$1000 untuk juara ketiga. Kim Hyo-geun, Kepala Global Game Hub Centre mengungkapkan jika dengan adanya GNGWC yang merupakan festival bagi para game di seluruh dunia, akan terus berusaha meningkatkan kesadaran terhadap Game Korea dan loyalitas terhadap daya saing Game Korea secara mendunia.

IeSF dan KOCCA serta disponsori oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan dan SK Telcom juga turut serta menyelenggarakan Kejuaraan Dunia IeSF 2011 di Kota Andong, sekitar 400 atlet dari 40 negara di dunia akan berpartisipasi dalam acara ini dan menarik 30.000 pengunjung. Selain kompetisi game, acara ini juga menyelenggarakan simposium eSports internasional atau rapat umum IeSF, tanda tangan gamer profesional untuk para penggemar dan acara kompetisi game khusus untuk para pengunjung. Dalam kejuaraan ini IeSF memilih FIFA Online 2, Alliance of Valiant Arms, Starcraft 2 sebagai acara resmi untuk Kejuaraan Dunia IeSF 2011 dan Veloster HD dan Screen Golf sebagai acara demonstrasi.

Simposium eSports Internasional diadakan bersamaan dengan kompetisi IeSF 2011 World Championship yang bertempat di Ruang Konferensi Internasionnal Andong Culture and Arts Centre menghadirkan sebuah pembicaraan dengan para ahli game di dunia, membahas mengenai masa depan eSports Internasional seperti Chan Jeong dari Kyunghee University akan membicarakan terkait “Paradigma Pengembangan Federasi eSports Internasional dan Pedoman Standarisasi untuk Pemilihan Acara Bersertifikat” Di tahun 2012, Kementerian Kebudayaan Korea Selatan menyelenggarakan Kompetisi eSports Amatir Nasional Piala Presiden (KeG) yang bertujuan untuk mempromosikan dan menyebarkan budaya eSports yang sehat, sekaligus mendorong pertumbuhan industri game dalam negeri. Selain itu, tujuan selain menyebarkan budaya eSports adalah untuk mengembangkan sumber daya manusia di bidang sains informasi dan mengembangkan status dari Kota Suwon menjadi Kota pusat dalam bidang sains informasi.

International eSports Federation (IeSF) juga menyelenggarakan IeSF World Championship 2012 yang diadakan di Cheonan, Samgeori Park dengan mendatangkan sekitar 300 atlet dari 47 negara serta menghadirkan media dan official yang akan ikutserta dalam IeSF World Championship 2012. Para atlet dari 47 negara akan berlaga dalam tiga pertandingan eSports resmi untuk membawa nama baik negara mereka, pertandingan tersebut adalah Starcraft II (Blizzard Entertainment), Tekken Tag Tournament 2 (Bandai Namco Patners Korea) dan Alliance of Valiant Arms (Neowiz Games). Selama berlangsungnya Kompetisi ini, akan diadakan berbagai acara sampingan seperti acara promosi untuk peluncuran Tekken Tag Tournament 2, sebuah game baru dalam seri Tekken, lalu acara turnamen eSports untuk

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

undangan tim game profesional yang terafiliasi dengan KeSPA seperti SK Telecom T1 dan 8th Gaming Team.

Pada tahun 2013, Korea Selatan menyelenggarakan Kompetisi eSports Amatir Presiden yang telah memasuki tahun kelima dengan tujuan utamanya ialah menciptakan landasan bagi perkembangan eSports dalam negeri dan seiring perkembangan waktu kompetisi ini menjadi bagian dari budaya rekreasi nasional. Kompetisi ini diperkuat dengan 18 juta orang yang mengikuti eSports di Korea Selatan, dimana kompetisi ini mendapatkan promosi dari Kementerian Kebudayaan Korea Selatan menjadi Kompetisi Amatir Menteri Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata pada tahun 2008, lalu diangkat menjadi Kompetisi Amatir Presiden pada tahun 2009 yang menjadikannya Kompetisi eSports Nasional yang mewakili Korea Selatan. Hadiah dari kompetisi ini senilai 150 juta Won yang akan diberikan kepada para pemain terbaik dalam delapan kategori yang melibatkan empat game inti seperti Starcraft II, League of Legends, Special Forces dan FIFA Online dan empat game umum seperti Together Cha Cha Cha, Special Forces 2, Windrunner, Tailsrunner. IeSF kembali menggelar IeSF World Championship 2013 yang sekarang berlokasi di Bucharest, Romania, setelah empat tahun kompetisi ini diselenggarakan di Korea Selatan.

Serangkaian diskusi yang dilakukan IeSF untuk memungkinkan penyelenggaraan acara ini di benua lain dengan mempertimbangkan aksestabilitas yang dimiliki oleh lokasi di Eropa, IeSF memutuskan untuk menggelar kejuaraan eSports di Bucharest, Romania dan mendapat dukungan dari Presiden Professional Gamers League yaitu Silviu Storie dan Kementerian Pemuda dan Olahraga Nicolae Bănicioiu. Acara ini diselenggarakan oleh IeSF dan Asosiasi eSports Romania serta disponsori oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan, Kementerian Pemuda dan Olahraga Rumania dan SK Telecom dengan jumlah partisipasi lebih dari 300 pemain eSports dari 50 negara di seluruh dunia. Kejuaraan ini juga menjadi ajang tes anti-doping pertama yang dilakukan acara eSports oleh IeSF yang akan dilakukan pada akhir setiap final acara dan dilakukan dengan cara yang sama seperti acara olahraga lainnya dengan partisipasi langsung dari pemeriksa doping internasional serta melakukan tes anti-doping.

Lalu pada tahun 2014, Untuk mendukung promosi terkait game dalam negeri, para perusahaan game Korea Selatan mengikuti beberapa pameran game internasional seperti ChinaJoy 2014. Pameran ini merupakan pameran game terbesar di Cina dan diselenggarakan di New International Expo Centre, Shanghai. KOCCA dan Seoul Business Agency (SBAC), akan menjalankan paviliun Korea Selatan di ChinaJoy dengan menghadirkan sekitar 30 perusahaan game Korea Selatan seperti Triphix, LNK Logic Korea dan Gameers, yang akan ikut serta dalam pertemuan bisnis dengan para pembeli dari luar negeri.

Selain ChinaJoy, Korea Selatan juga mengikuti pameran game yang berada di Jerman yaitu Gamescom 2014 yang diselenggarakan di Cologne, Jerman. Slogan yang dipasang tahun ini

adalah “Celebrate the game!” yang memiliki arti untuk mendorong dan mempromosikan industri game yang berkembang pesat sehingga lebih banyak orang dapat menikmati kehidupan budaya game bersama-sama. Kementerian Kebudayaan dan KOCCA akan menjalankan paviliun Korea Selatan dengan menghadirkan 24 perusahaan game seperti SoftWorks, Mgame, Eyetree Works dan Perusahaan-perusahaan ini mendapatkan nilai konsultasi sebesar \$127,5 juta dan kontrak ekspor game sebesar \$44,6 juta melalui pameran game Gamescome.

Lalu Korea Selatan juga berpartisipasi dalam pameran game Tokyo Game Show 2014 (TGS) yang diselenggarakan di Makuharimese Exhibition Centre, Jepang yang merupakan pameran game terbesar di Jepang, surganya game dan dianggap sebagai salah satu dari tiga pameran game terbaik di dunia. Hangkongjin, sebuah perusahaan Korea Selatan yang ikut serta dalam Paviliun Korea yang diorganisir oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan dan KOCCA. Meskipun TGS hanya diadakan dua hari saja, Paviliun Korea menerima total sekitar 456 konsultasi dan kontrak dengan nilai \$7,65 juta yang menunjukkan respon yang kuat terhadap game-game buatan dalam negeri.

Untuk mendukung eSports dan memperkuat status kepemimpinannya, Korea Selatan selalu mengadakan Kompetisi eSports Amatir Nasional tiap tahunnya. Acara ini digelar oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan, Walikota Cheonan, KOCCA dan KeSPA dan diadakan di Cheonan Samgeori Park, Cheonan, Chungcheongnam-do. Akan ada enam game yang akan dipertandingkan seperti LOL (League Of Legends), Heartstone, Special Force dan Special Force 2, Windrunner dan Marvel for All. Berbagai acara sampingan seperti kompetisi Code Chaser, Lucky Roulette, kontes Dance Central, kontes K-POP Studio dan permainan Rally Stamp yang dapat diikuti oleh para pengunjung acara dan menciptakan ruang budaya eSports yang dapat dinikmati oleh semua kalangan generasi.

### **Implementasi Symbolic Action**

Korea Selatan menjadi pelopor dalam penyelenggaraan kompetisi game internasional pertama dan muncul dengan nama World Cyber Games (WCG) yang merupakan salah satu kompetisi game online internasional terkemuka yang berasal dari budaya eSports Korea Selatan. Budaya eSports merupakan suatu inisiatif untuk menghubungkan Korea Selatan dengan negara-negara di dunia melalui media global salah satunya game online. Kompetisi ini diselenggarakan di Seoul, Korea Selatan sebagai tuan rumah WCG dengan slogan “Beyond the Game” yang mengekspresikan keinginan untuk mencapai berbagai cita-cita melalui kompetisi game. Sejak diselenggarakan dan bertuan rumah di Korea Selatan selama 3 tahun, WCG berekspansi dan menyelenggarakannya di Kota lain seperti San Francisco (Amerika Serikat) pada tahun 2004, Singapura pada tahun 2005, Seattle (Amerika Serikat) pada tahun 2007 dan Koln (Jerman) pada tahun 2008. Hal ini menunjukkan suatu upaya untuk menjadikan World Cyber Games yang berasal dari Korea Selatan sebagai sebuah acara dengan cakupan internasional yang luas.

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

Pada tahun 2005, Pemerintah Korea Selatan mengadakan G-Star yang merupakan pameran game internasional yang diselenggarakan oleh Kementerian Kebudayaan dan Kementerian Informasi dan Komunikasi Korea Selatan yang bertujuan untuk menjadi salah satu dari tiga pameran terbaik di dunia. Bahwasanya pameran game ini sukses digelar dengan total 150.000 pengunjung dari Korea Selatan dan luar negeri, Jung Dong-chaee dan Jin Dae-je, Co-Chairman G-Star 2005 mengungkapkan ada sekitar 2.000 pembeli dari 80 perusahaan yang berasal dari 33 negara di dunia mengunjungi Korea Selatan dan melakukan sekitar 600 konsultasi terkait ekspor game dengan perusahaan-perusahaan dalam negeri selama G-Star 2005 berlangsung dan konsultasi terkait ekspor tersebut mencapai hingga 200 juta dolar AS. Berhasilnya pameran game G-Star 2005 menunjukkan potensi akan pertumbuhan game online Korea Selatan dan juga merupakan pameran game yang mengkhhususkan diri pada game online sehingga pameran G-Star yang diadakan pertama kali oleh Korea Selatan dijuluki sebagai Pusat Pasar Game di Asia Timur Laut.

Lanjut, pada tahun 2006, Pemerintah Korea Selatan kembali mengadakan G-Star 2006 yang berhasil mendatangkan 160.000 pengunjung dan 1090 konsultasi bisnis serta menghasilkan penjualan ekspor terkait game dengan nilai 290 juta dolar menunjukkan bahwa Korea Selatan meningkatkan statusnya dalam dominasi game online dan juga para pembeli dari luar negeri yang mengunjungi pameran tersebut memuji pameran G-Star karena memberikan cita rasa yang nyata dalam game online seperti grafis dan juga gameplay yang belum pernah dirasakan sebelumnya. Selain itu, Pemerintah Korea Selatan juga mengadakan Simposium eSports internasional yang merupakan acara yang diadakan untuk mempromosikan budaya eSports Korea Selatan yang maju kepada dunia serta bertukar pikiran dengan para tokoh eSports dari seluruh dunia. Dalam simposium ini, mereka berbagi status atau kondisi terkait eSports di masing-masing negara, lalu mendiskusikan pembentukan organisasi internasional dan berbagi pengalaman eSports Korea Selatan kepada para tokoh eSports.

Kemudian, pada tahun 2007 Simposium eSports kembali di gelar oleh Korea Selatan yang mempertemukan para Pejabat Pemerintah, Asosiasi dan Organisasi terkait eSports dan media dari 14 negara di seluruh dunia untuk berdiskusi terkait masa depan eSports seperti cara-cara untuk membangun kerja sama eSports internasional yang dipimpin oleh Korea Selatan serta meletakkan dasar standarisasi untuk acara eSports internasional. Yang mana Kim Shin-bae (Presiden KeSPA), Choi Kyu-nam (Presiden Badan Promosi Industri game Korea Selatan), Asosiasi eSports Jepang, Wang Man-kang (CEO China Professional Gamers League), Endy Leaf (CEO Champion Gaming Series), Jen Hilgers (CEO GIGA TV) dan Li Chen (CEO GotFrag) mendeklarasikan Kerja Sama untuk Pengembangan eSports Dunia yang berisi bahwa eSports merupakan trend budaya baru dan sebuah mesin pertumbuhan untuk budaya global masa depan, oleh karenanya para tokoh-tokoh eSports setuju untuk membangun hubungan yang saling menghormati dan kemitraan dalam komunitas eSports global serta bekerja sama satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama yaitu mengembangkan eSports dunia.

Pada tahun 2008, Simposium Esports kembali diadakan dan berhasil diselenggarakan di Busan serta ditutup dengan upacara penandatanganan MOU untuk pembentukan Federasi eSports Internasional (IeSF) yang diikuti dengan deklarasi pendirian IeSF oleh Kim Shin-bae, Presiden KeSPA. Pada acara tersebut, Pemimpin Organisasi eSports dari sembilan negara termasuk, Korea Selatan, Jerman, Austria, Denmark, Belanda, Belgia, Swiss, Taiwan dan Vietnam, sepakat serta menandatangani MOU untuk membentuk serta menjadi anggota pendiri IeSF.

Pada tahun 2009, status dari Korea eSports Games (KeG) ditingkatkan menjadi President's Cup 2009 National Amateur eSports Games oleh Kementerian Kebudayaan Korea Selatan karena dianggap sebagai turnamen yang memiliki suatu fondasi bagi eSports dalam negeri. Keputusan untuk meningkatkan KeG menjadi pertandingan kepresidenan dipandang sebagai bentuk tanda komitmen Pemerintah Korea Selatan untuk mengembangkan eSports karena pada tahun 2008, negara-negara diluar negeri baru memulai penguatan dukungan mereka terkait eSports dan kompetisi KeG memiliki dampak positif dalam memperkuat status kepemimpinan Korea Selatan dalam eSports internasional. Peningkatan ini bertujuan untuk mewujudkan tiga visi yaitu pertama, merevitalisasi eSports lokal, kedua, menyebarkan budaya penggunaan game yang sehat dan yang terakhir, membina eSports dalam negeri. dari ketiga visi tersebut dapat memiliki dampak baik dalam menyelesaikan persepsi negatif akan eSports di masyarakat umum dan berkontribusi pada standarisasi eSports sebagai sebuah olahraga.

Pada tahun 2010, Pemerintah Korea Selatan berhasil menggelar Korea Serious Game Festival (KSF) dan menerima berbagai pujian karena menyajikan arah pengembangan game fungsional yang diselenggarakan di Gyeonggi-do. Dimana festival ini menunjuk seorang gamer tunanetra sebagai Duta Promosi acara tersebut menjadi sebuah simbol bahwa Korea Selatan menegaskan komitmennya dalam menciptakan game yang inklusif, serta mengakui akan peran penting game dalam mendukung kegembiraan bagi semua para penikmat game.

Pada tahun 2013, KSF kembali diselenggarakan yang pada saat pelaksanaannya diikuti dengan penandatanganan perjanjian bisnis (MOU) yang bertujuan untuk mendukung wasit untuk KeG Piala Presiden 2013. Isi dari MOU ini adalah memberikan pelatihan kompetensi dan pelatihan di tempat kerja untuk calon wasit eSports yang dipilih dari sekolah-sekolah yang berpartisipasi dan memberikan calon tersebut kualifikasi untuk menjadi wasit pada seleksi tim regional Piala Presiden KeG 2013. Selain penandatanganan perjanjian MOU, Walikota Cheonan, Seong Moo-yong menunjuk CJ Entus Pro Gaming Team sebagai Duta Promosi Kompetisi eSports Amatir Presiden ke-5 yang mempunyai tugas untuk melakukan kegiatan promosi kompetisi yang bertujuan untuk mensukseskan Kota Cheonan menjadi tuan rumah KeG 2013. Tim CJ Entus merupakan tim gaming profesional bergengsi yang diakui tidak hanya di Korea Selatan saja tetapi juga di luar negeri karena teknik permainannya yang luar biasa dalam turnamen-turnamen game populer seperti Starcraft II dan League of Legends.

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

Lanjut pada tahun 2014, telah diadakan sebuah festival eSports antara lain ChinaJoy, Gamescom dan Tokyo Game Show. ChinaJoy merupakan pameran game terbesar di Cina yang menghadirkan sekitar 500 perusahaan dari 30 negara dan lebih dari 700 game dipamerkan dalam acara ini. KOCCA bersama dengan Seoul Business Agency (SBAC) mendukung perusahaan-perusahaan game Korea Selatan mengikuti pameran game ChinaJoy 2014 dengan tujuan untuk memasuki pasar di Cina yang mana sekitar 30 perusahaan game Korea Selatan.

yang telah berpartisipasi dalam Paviliun Korea di ChinaJoy 2014 mendapatkan kontrak ekspor dengan total 80 juta dolar AS dengan masing-masing meraih total 1048 konsultasi terkait game dan 81,6 juta dolar AS dalam kontrak ekspor. Gamescom merupakan pameran game terbesar yang ada di Jerman dan menghadirkan sekitar 700 peserta dari 30 negara serta dikunjungi sekitar 340.000 pengunjung. Gamescome juga memiliki slogan yaitu "Celebrate the game!" yang memiliki arti untuk mendorong dan mempromosikan industri game yang berkembang pesat sehingga lebih banyak orang dapat menikmati kehidupan budaya game bersama-sama. Korea Selatan juga menghadirkan sekitar 24 perusahaan game juga berpartisipasi dalam pameran ini serta didukung oleh KOCCA dan Kementerian Kebudayaan Korea Selatan, berhasil meraih kontrak ekspor 44,6 juta dolar AS serta nilai konsultasi sebesar 127,5 juta dolar AS yang merupakan hasil nilai kontrak yang melebihi target harapan Korea Selatan.

Tokyo Game Show merupakan pameran game terbesar di Jepang dan dianggap sebagai salah satu dari tiga pameran game terbaik di dunia. Dengan 10 perusahaan game Korea Selatan di Paviliun Korea menerima total sekitar 456 konsultasi dan kontrak dengan nilai \$7,65 juta yang menunjukkan respon yang kuat terhadap game-game buatan dalam negeri. Dari ketiga pameran game internasional yang diikuti oleh para perusahaan-perusahaan game Korea Selatan serta beberapa negara yang minat dan tertarik akan game buatan Korea Selatan menunjukkan bahwa Korea Selatan memperlihatkan komitmennya dalam mempromosikan game dalam negeri untuk bisa menembus pasar di Asia dan juga pasar Eropa.

International eSports Federation merupakan organisasi internasional yang didirikan pada tahun 2008 untuk menetapkan posisi Korea Selatan sebagai pusat dari budaya game dengan memimpin sebagai negara eSports dan meningkatkan peran internasionalnya serta untuk memperkuat daya saing global eSports Korea Selatan dan meletakkan fondasi pembinaan yang diperlukan untuk eSports yang berorientasi pada masa depan. Dimana IeSF merupakan organisasi eSports internasional pertama di dunia mengadakan rapat umum pendirian pertama di Seoul pada bulan november tahun 2008 dengan perwakilan asosiasi eSports dari sembilan negara termasuk Austria, Belgia, Taiwan, Denmark, Jerman, Korea Selatan, Belanda, Swiss dan Vietnam. Tujuan dari organisasi ini adalah untuk mempromosikan kegiatan eSports di seluruh dunia termasuk meningkatkan daya saing

eSports dan menetapkan standarisasi internasional, lalu mempromosikan budaya rekreasi digital yang mencakup popularitas eSports dan memposisikan eSports sebagai olahraga masa depan dan yang terakhir mempromosikan budaya game dan industri game melalui eSports.

### **Kesimpulan**

Upaya-Upaya *Nation Branding* yang dilakukan oleh Korea Selatan untuk menjadikan negaranya sebagai negara eSports dilalui dengan tiga proses yaitu *Strategy*, *Substance*, dan *Symbolic Action*. *Strategy* merupakan tahap awal suatu negara untuk merancang akan kemana arah negara ingin pergi dan bagaimana tujuan tersebut dapat tercapai. *Strategy* yang dilakukan Korea Selatan adalah membuat kebijakan-kebijakan terkait *game*, membuat rencana jangka-menengah dan jangka panjang terkait *game*, membuat kebijakan pengembangan eSports, membuat rencana pembentukan Dewan Internasional eSports dan pembuatan stadion khusus eSports.

*Substance* merupakan pelaksanaan efektif dari *strategy* yang akan membawa kemajuan yang diinginkan. Pelaksanaan rencana yang telah dibuat oleh Korea Selatan melalui kebijakan-kebijakan yang dibuat untuk menjadi negara eSports adalah membentuk KGDI yaitu lembaga yang mengurus semua hal yang berkaitan dengan game untuk mengimplementasikan kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah Korea Selatan. menggelar kompetisi nasional dan internasional seperti WCG 2003, CKCG 2005, Festival Budaya eSports 2007-2008, KeG 2008-2014, IeSF Challenge 2009, KSF 2010, Grandfinal IeSF 2010, IeSF World Championship 2011-2013, GNGWC 2011, Dan kompetisi Para eSports Dunia ke-1 2014. Menggelar dan berpartisipasi dalam pameran *game* internasional seperti KAMEX 2002- 2003, G-Star 2005-2008, E3 2006, GC 2006, ChinaJoy 2014, TGS 2014, dan Gamescom 2014. Menggelar konferensi dan forum internasional seperti Simposium eSports Internasional 2006-2013 dan KGC 2007-2011 serta Pembangunan stadion eSports di *I-Park Mall Electronic Hall*, Yongsan, Korea Selatan.

*Symbolic action*, merupakan sebuah simbol dari perencanaan yang dilakukan negara agar hasil dari perencanaan tersebut menjadi komponen dari cerita nasional. Aksi simbolis yang didapat melalui hasil yang telah dilakukan oleh Korea Selatan adalah, melalui Pameran *game* internasional dan Kompetisi nasional internasional yang diikuti dan digelar oleh Korea Selatan menunjukkan bahwa kemajuan dan status internasionalnya dalam industri *game* serta menunjukkan kepada masyarakat Korea Selatan dan dunia luar bahwa Korea Selatan memberikan perhatian terhadap perkembangan dan industri *game* sebagai bagian dari budaya Korea Selatan. Lalu dengan menyelenggarakan serta berpartisipasi forum dan Konferensi Internasional, Korea Selatan dapat memimpin perkembangan eSports global dengan memperkenalkan perkembangan eSports Korea Selatan, berbagi teknologi dan pengetahuan yang berkaitan dengan eSports serta melakukan upaya untuk menetapkan standarisasi eSports dunia. Dengan pembentukan IeSF yang dipimpin oleh negara Korea Selatan menunjukkan bahwa Korea Selatan memiliki peranan penting dalam

## ***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports Tahun 2003-2014***

mengembangkan *eSports* dunia melalui kerjasama dengan organisasi olahraga internasional, menyelenggarakan olimpiade sebagai bentuk standarisasi *eSports* internasional, serta menjadi anggota dalam organisasi olahraga internasional untuk meresmikan *eSports* sebagai olahraga resmi dunia serta mengurangi persepsi negatif akan budaya permainan melalui *eSports*.

### **Daftar Pustaka**

#### **Buku**

Dinnie, Keith. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Reprinted. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2009.

#### **Jurnal Online**

Akademi Game KGCA. (2000). Pengenalan Sekolah Akademi Pelatihan Pengembang Game. KGCA게임아카데미.

Badan Promosi Industri Game Korea. (2008). Konferensi game terbesar di Asia, KGC 2008.

Choi Ho-kyung. (2008). 'G-STAR 2008 Top 5 Kata Kunci Sukses. 동아일보. ECTS. (2001). The Old New'. deKay's Lofi Gaming.

Esports Negitaku. (2009). 『IeSF 2009 Challenge』 Alliance of Valiant Arms. Negitaku.org.

Gil-Sung Park et al. (2014). Modularization of Korea's Development Experience: The Success Story of the Cultural Industry in Korea: The Case of the Game Industry. KDI

Gudjonsson, H. (2005). *Nation Branding*. UC Santa Barbara, Vol.1 No.3, 283-298.

Hamari and Sjöblom. (2017, April 3). What Is eSports and Why Do People Watch It?. Emerald Insight, Vol.27 No.2.

Hjorth and Chan. (2009, January). *Gaming Cultures and Place in Asia-Pacific*. ResearchGate. Hyun-jeong. (2003). WCG2003 Festival Impian "Game Olympics" diadakan.

Hyun, Sang Kim. (2014). Badan Konten Kreatif Korea secara aktif mendukung ChinaJoy 2014. IeSF. (2013). Romania Will Host the IeSF 2013 World Championship. IESF.

Jeong Gwang-yeon. (2014). Hancazine mendapatkan kontrak senilai 7,65 juta dolar AS untuk perusahaan Korea di "Tokyo Game Show 2014". 아주경제.

Jin, Dal Young. (2010). *Korea's Online Gaming Empire*. Massachusetts Institute Of Technology Press.

- Johak dong. (2006). Simposium e-Sports Internasional, Kebudayaan mutakhir Korea bagi dunia.
- Jong Cheol, Choi. Pengumuman rencana jangka menengah dan panjang untuk revolusi kedua dalam industri game
- Jo Ye-jin. (2005). Pameran game internasional “G★ 2005” baru saja dibuka. Kim Si-so. (2008). KGC 2008 diluncurkan sebagai Konferensi Permainan Dunia.
- Kim Si-so (2009). Kompetisi Esports Amatir Nasional Piala Presiden 2009 telah dimulai.
- KOCCA. (2003). Buku Putih Permainan Korea 2003. Bagian 6, Bab 3 Status Kebijakan Industri Game. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- KOCCA. (2004). Buku Putih Permainan Korea 2004. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- KOCCA. (2006). Buku Putih Permainan Korea 2006. Bagian 6, Bab 3 Status Kebijakan Industri Game. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- KOCCA. (2008). Buku Putih Permainan Korea 2008. Bagian 6, Bab 3 Status Kebijakan Industri Game. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- KOCCA. (2009). Buku Putih Permainan Korea 2009. Bagian 3 Tren Budaya Game. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- KOCCA. (2010). Korea Game Development Institute. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- KOCCA. (2012). Tanggal 12-13 “Kompetisi e-Sports Amatir Nasional Piala Presiden 2012 dan Festival Sains Informasi Suwon” diadakan. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- KOCCA. (2015). Buku Putih Permainan Korea 2015. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- Korea Game Industry Agency. (2004). White Paper On Korean Games. Korea: Ministry Of Culture, Sports and Tourism Korea Game Industry Agency.
- Lee Jin-ho. (2005). Pameran permainan internasional “G-Star 2005” berakhir. 미래를 보는 신문 – 전자신문.
- Lee Jin-ho. (2014). Festival e-Sports Korea-Tiongkok resmi diluncurkan. 미래를 보는 신문 – 전자신문.
- Miranda Sanchez et al. (2004). E3 Guide. IGN.
- Park et al. (2014). Modularization of Korea’s Development Experience The Success Story of the Cultural Industry in Korea: The Case of the Game Industry. KDI.
- Park, Gil-Sung, Min-Kyu Kim, Ingyu Oh, and Sou Hwan Kang. (2014). Modularization of Korea’s Development Experience: The Success Story of the Cultural Industry in Korea: The Case of the Game Industry. KDI

***Implementasi Nation Branding Korea Selatan melalui eSports  
Tahun 2003-2014***

- Park Myeong-gi. (2009). Kemeriahan Andong Seo untuk turnamen eSports kepresidenan yang pertama kalinya. 일간스포츠.
- Park Sanghyun. (2002). Kompetisi Game Korea 2002 diadakan. 오마이뉴스.
- Ryu Hyeon-jeong. (2003). Penyelesaian Kompetisi Game Korea 2003. 미래를 보는 신문.- 전자신문.
- Ryu Hyeonn-jeong. (2003). WCG2003 Festival Impian “Game Olympics” diadakan.
- Ryu Seoung-ho. (2010, April 4). PARADIGM SHIFT IN KOREA (12)]Unlocking the Positive Potential of Video Games. The Korea Herald.
- Simon Anholt. (2010) Places: Identity, Image and Reputation (Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan. Stanford.
- Son Bong-seok. (2014). KeG Presiden ke-6” dimulai di Cheonan. 경향신문.
- Son, Sin Young. (2018, Februari 14). C Bang, Korean Internet Café. Seoul Insiders’ Guide.
- Taek, Lim Young (2013). Kejuaraan Dunia IeSF telah berakhir.
- Taeyong Lee. (2009). Korea memenangkan acara demonstrasi “IeSF Challenge” ABBA’.
- 참뉴스.