

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia digital di zaman sekarang semakin pesat dan cepat hari demi hari, bulan demi bulan hingga pertahunnya. Hal ini membuat masyarakat tidak asing lagi dengan teknologi dan membuat penggunaan teknologi meningkat drastis (Ramaddhani, 2020). Perkembangan teknologi secara *hardware* (Handphone, PC, Laptop) sangat pesat, perkembangan ini juga diikuti oleh perkembangan *softwrenya* dengan tujuan untuk menyesuaikan *hardware* untuk menghasilkan teknologi yang semakin canggih.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih ini membuat banyak perusahaan berusaha memanfaatkan keadaan ini, salah satunya banyak perusahaan developer game seperti Nitendo, Sony Computer Entertainment, SEGA, dan masih banyak lagi mencari kesempatan untuk memanfaatkan kecanggihannya teknologi yang sudah ada untuk menghasilkan sebuah *game* yang dapat dimainkan secara *online*.

Jumlah gamer di Indonesia di tahun 2019 berkembang pesat menjadi 52 juta orang. Banyaknya peminat dari dunia *game online* ini membuat masyarakat membentuk tim mereka sendiri dalam bermain *game online* yang disebut tim esports, Hal ini membuka jalan untuk dunia esports masuk dan berkembang di Indonesia. Saat ini Indonesia menjadi negara dengan pasar esports terbesar di Kawasan Asia Tenggara. Saat ini pasar esports Indonesia menyentuh angka 880 juta dolar AS. Besaran yang setara dengan Rp 13,2 triliun tersebut menjadi keuntungan. (Budi, 2019).

Karena peluang pasar esports yang cukup besar di Indonesia, membuka banyak peluang bagi masyarakat Indonesia untuk memulai usaha dan juga karir di dunia esports. Di tahun 2020 ini karena corona yang telah dinyatakan oleh WHO sebagai pandemi tak hanya sektor kesehatan tetapi sektor ekonomi juga terkena dampaknya tidak terlepas esports di Indonesia. Perusahaan Verizon menyatakan persentase pengguna *game online* selama pandemi virus corona yang menyebabkan Covid-19 mengalami peningkatan yang signifikan. Verizon mencatat pengguna video *game* meningkat 75 persen selama jam sibuk. (CNN Indonesia, 2020.) Pertumbuhan pengguna *game online* ini juga meningkat karena mengingat

masyarakat diimbau oleh pemerintah untuk melakukan *work from home* dan juga ada PSBB (pembatasan sosial berskala besar). (Rizal, 2020). Di tengah pandemi Covid-19 aktivitas dalam sektor hiburan maupun olahraga, turnamen esports juga harus digelar secara virtual. Seperti yang kita ketahui, Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) resmi mengakui esports sebagai cabang olahraga prestasi sejak tahun 2017. (Adilah, 2020).

Tim esports di Indonesia sudah memiliki banyak prestasi dan juga telah diakui oleh dunia. Beberapa tim esports yang sudah memiliki banyak prestasi di Indonesia ada EVOS Esport dan RRQ yang merupakan rival dalam game Mobile Legends dimana EVOS memenangkan kejuaraan MPL season 4 melawan RRQ , Bigetrans Esports yang berprestasi dalam game PUBG Mobile, Onic Esports menjuarai MPL season 3, Boom Esports, Team NXL, dan juga Recca Esports yang sudah pernah mewakili Indonesia dalam berkompetisi di turnamen *game* CSGO di ajang Internasional. (Latansa, 2020)

Kesuksesan sebuah tim esports saat meraih kemenangan di suatu laga tidak lepas dari pengelolaan manajemen yang solid. Mulai dari talent, manager, director, hingga tim sales dan marketing, memiliki andil yang besar bagi keberlangsungan manajemen yang baik untuk berkembang. (Rizkia, 2019)

Entitas game sebagai hiburan alternatif juga telah bergeser menjadi bisnis yang kini kian banyak dilirik oleh berbagai pihak. Apalagi melihat komunitas esports yang makin besar, pastinya tidak akan dilewatkan oleh para elite esports untuk menjadi bagian dari besarnya nama esports. Tujuan tersebut pun mampu diwujudkan melalui media sosial. Kita bisa melihat banyak tim atau pemain esports yang memiliki akun media sosial tersendiri. Tujuannya pun apalagi kalau bukan menggaet pasar? Berbagai kanal pun dimanfaatkan untuk menyebarkan semarak esports, dari YouTube, Instagram, Twitch, bahkan Reddit. (Khair, 2019)

Peran media sosial sangat berperan untuk kepentingan popularitas tim bagi esports. Untuk menarik perhatian berbagai kalangan kepada tim seperti jadwal mengikuti kompetisi dan juga kegiatan latihan tim dan juga aktivitas di tim esports mereka. Selain itu mempromosikan tim untuk menarik sponsor dari perusahaan-perusahaan besar.

Digital marketing atau bisa disebut pemasaran digital adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online.

Beragam akses komunikasi online yang dapat anda coba dengan tujuan calon konsumen dapat melihat penawaran kita, yaitu *Website, Blog, Media sosial, Interactive Audio Video, Display Ads* (Chakti, 2019, p. 11) .

Selama 30 hari, dari 1 September 2020 hingga 30 November 2020, penulis melakukan kerja magang di salah satu perusahaan esports *entertainment* tertua di Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 2005 yaitu PT. NXL Esports Indonesia (selanjutnya akan disebut NXL). NXL berlokasi di The Breeze Mall, BSD, Tangerang. NXL sendiri merupakan perusahaan yang cukup memiliki nama di bidang esports Indonesia, NXL memiliki beberapa divisi *games online* tetapi cukup memfokuskan ke *games online* PC. Nama NXL semakin dikenal luas karena NXL telah menjuarai *game online* yang baru rilis oleh developer Riot Games ini pada 2 juni 2020 yaitu Valorant. NXL Ligagame berhasil meraih posisi pertama pada kejuaraan Valorant First-Strike dengan final melawan saingannya yaitu Alter Ego. Valorant First Strike yang merupakan penyelenggaraan turnamen pertama valorant di Indonesia. Selain NXL LIGAGAME dan Alter Ego kejuaraan ini diikuti oleh banyak tim esports lainnya seperti Boom Esports, Morph, Onic dan masih banyak lagi.

Penulis menjalani praktek kerja magang sebagai *Social Media Marketing*. *Social Media Marketing* merupakan pemanfaatan platform media sosial untuk melakukan aktivitas pemasaran bersamaan dengan upaya *digital marketing*. Penulis mempelajari bagaimana melakukan praktik *Digital Marketing Communication* dalam melakukan informasi pemasaran dan penyampaian pesan dengan baik lewat media sosial seperti Youtube, Instagram, dll. Selain itu penulis juga belajar untuk menerapkan nilai-nilai yang telah ditanamkan oleh beberapa mata kuliah dengan konsentrasi *Marketing Communication* ke dalam praktik kerja magang sehingga dapat mengkolaborasikan nilai dan praktik secara bersamaan. Penulis juga mempelajari bagaimana menyampaikan pesan secara kreatif yang sesuai dengan nilai-nilai yang dibawakan oleh perusahaan NXL.

Penulis memilih untuk bekerja di NXL karena penulis merasa tertarik dan tertantang untuk mencari pengalaman baru di dunia esports, mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi serta untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapat di dunia perkuliahan salah satunya yaitu mata kuliah *digital marketing communication*. Selain itu penulis juga merasa dapat meningkatkan pengetahuan dan penulis memiliki potensi dan juga pengalaman dalam menjalankan *sosial media marketing*. Kegiatan digital marketing communication yang dilakukan oleh NXI yaitu membuat konten, mempromosikan produk sponsor laptop MSI,

mengunggah kegiatan NXL seperti *event offline* dan *online* diunggah di media sosial instagram NXL seperti youtube, instagram dan website NXL

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari kerja magang:

1. Untuk mengetahui implementasi secara praktis program *Digital Marketing Communication* sebagai *Social Media Marketing Specialist* di perusahaan NXL.
2. Untuk memperoleh pengalaman dalam bidang *Digital Marketing Communication* NXL khususnya dalam melakukan informasi pemasaran dan penyampaian pesan.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang di NXL dihitung mulai dari 1 September – 30 November 2020 dengan total enam puluh enam hari kerja dan sudah sesuai dengan ketentuan FIKOM yaitu minimal enam puluh hari kerja atau kurang lebih tiga bulan. Pelaksanaan kerja magang dilakukan terdiri dari lima hari dalam seminggu dan bebas memilih 2 hari libur, penulis memilih hari kamis dan minggu untuk hari libur. Untuk ketentuan jam kerja yaitu lima jam, dari jam 11.00 - 18.00. Jika ada keperluan untuk syuting dan lomba turnamen penulis akan pulang lebih lama. Berikut ketentuan hari dan jam pelaksanaan kerja magang yang dijabarkan melalui tabel.

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Kerja Magang

Hari Kerja Magang	Jam Kerja Magang
Senin - Rabu	11.00 - 18.00
Jumat & Sabtu	11.00 - 18.00

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang berlangsung sebagai berikut:

1. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) ke email resmi NXL dan keesokan harinya penulis dikabarkan untuk melakukan *interview* di NXL Esport center
2. Penulis melakukan *interview* dengan COO dan CEO dari NXL. dan yang pada akhirnya penulis secara resmi diterima untuk periode magang selama tiga bulan.
3. COO dari NXL mengirimkan surat diterima lamaran kerja kepada penulis.
4. Penulis mengisi final form KM-01 melalui my.umn.ac.id yang berisikan *company profile* tempat magang penulis dan *internship information*.
5. Setelah penerimaan, penulis selanjutnya meminta surat keterangan penerimaan magang dari perusahaan.
6. Penulis melengkapi seluruh data yang dibutuhkan guna memenuhi informasi yang wajib diisi pada KM-03 sampai KM-07.
7. Selanjutnya penulis diwajibkan untuk membuat laporan kerja magang. Selama proses penyusunan laporan, penulis wajib berkoordinasi dengan dosen pembimbing magang.
8. Terakhir, setelah laporan telah selesai disusun dan telah mendapat persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen pembimbing, laporan diupload secara *online* untuk mengajukan jadwal sidang magang.

Pengiriman *Curriculum Vitae* dilakukan pada tanggal 20 Agustus 2020 kepada email resmi NXL. Kemudian penulis dipanggil untuk *interview* tahap pertama oleh HRD pada tanggal 27 Agustus 2020 di NXL Esports center dan dikabarkan diterima via Whatsapp. Pada tanggal 1 Agustus penulis langsung dipanggil untuk melakukan praktik kerja magang di NXL dan menyelesaikan kontrak kerja magang pada tanggal 30 November 2020.