

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini dunia olahraga tidak lagi terbatas pada pencapaian prestasi semata, melainkan telah meluas ke dalam ranah industri bisnis. Saat ini terdapat tren yang menunjukkan bahwa olahraga disajikan dalam bentuk *entertain*. Hal ini mencerminkan pergeseran paradigma dimana olahraga tidak hanya diapresiasi atas prestasinya melainkan dianggap sebagai sumber daya kreatif untuk menciptakan konten yang menarik dan menghibur untuk audiens.

Secara etimologis, istilah *sportainment* berasal dari bahasa Inggris yang merupakan hasil gabungan dari kata “*sport*” dan “*entertainment*” yang memiliki arti olahraga dan hiburan. *Sportainment* dianggap sebagai sebuah pertunjukan hiburan yang menarik dan berubah menjadi komoditas bisnis yang sangat besar serta menggiurkan (Widodo, 2023). Dalam hal ini, tujuannya bukan hanya menciptakan pengalaman olahraga namun menyuguhkan hiburan untuk menarik perhatian masyarakat serta diharapkan dapat meningkatkan *customer experience* serta meningkatkan *value* dan manfaat yang lebih untuk masyarakat maupun *stakeholder* lainnya (Harman, 2020).

Sportainment membuka peluang bagi berbagai perusahaan untuk berkolaborasi, berinovasi dan mengeksplorasi hiburan menjadi lebih kreatif. Konsep *Sportainment* menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan menghibur bagi masyarakat. *Sportainment* bukan hanya menghadirkan pertandingan atau kompetisi tetapi juga melakukan inovasi produksi dan berinteraksi melalui media sosial. Dengan semakin meningkatnya permintaan global mengenai konten yang menggabungkan olahraga dan hiburan membuat industri ini dapat menjanjikan dan memberikan ruang bagi pertumbuhan ekonomi, kolaborasi bisnis dan pengalaman hiburan lainnya.

Dukungan global yang masif dari media sosial telah menjadi katalisator bagi pertumbuhan *sportainment*. Interaksi *real-time*, berbagi momen, dan keterlibatan

langsung antara atlet, tim, dan penggemar menciptakan komunitas yang kuat dan terhubung. Inilah yang menjadikan *sportainment* sebagai bentuk hiburan yang tidak hanya dinikmati, tetapi juga dirasakan oleh penggemar, menciptakan ikatan emosional yang mendalam dengan merek dan acara olahraga.

Entertain yang berkolaborasi dengan olahraga dapat menciptakan kolaborasi bisnis dengan *sponsorship*, dan kemitraan lainnya. Seiring dengan meningkatnya permintaan global akan hiburan yang menggabungkan aspek olahraga dan hiburan, industri *sportainment* memasuki era emasnya. Dengan terus berinovasi, mengeksplorasi batas-batas kreativitas, dan memanfaatkan teknologi terkini, *sportainment* tidak hanya menghibur, tetapi juga menginspirasi, memberikan pengalaman luar biasa bagi penggemar.

Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri *sportainment* khususnya *basketball*. Bumi Borneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) adalah perusahaan yang baru bergabung pada IBL (*Indonesian Basketball League*) dan ikut berkompetisi pada tahun 2022. Tujuan dari perusahaan ini adalah membangun *sportivitas*, integritas dan kolaborasi para anggota serta talenta muda di Indonesia dengan memberikan akses untuk mereka berkembang dalam bidang *basketball*. Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) dikenal sebagai tim yang mewakili daerah Kalimantan terutama Pontianak dan terdapat keunikan yang menarik perhatian sponsor misalnya adalah banyaknya putra daerah, pemain yang menginspirasi dan pemain asing. Putra daerah ini merupakan pemain yang sebelumnya tidak memiliki akses ke liga pro namun di daerah di berikan akses.

Pemain yang terlibat dalam Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) memiliki tinggi sebesar 165 cm dengan kenyataan bahwa ini merupakan pemain terpendek di liga IBL tetapi memiliki performa mainnya sangat baik dan memukau sehingga dapat menarik perhatian banyak orang. Kemudian terdapat pemain naturalisasi yang bergabung ke Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa). Pemain tersebut berasal dari Amerika kemudian diberikan paspor Indonesia kemudian di Indonesia ia memiliki banyak penggemar yang bernama Jamarr Andre Johnson. Seluruh hal yang menarik dan unik pada Bumi Burneo (PT

Gelora Bumi Khatulistiwa) membuat menarik perhatian masyarakat. Selain itu, keunikan dan keberagaman yang dimiliki oleh Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) membuat perusahaan menarik sponsor dan seringkali tersorot oleh media maupun televisi jika terdapat sponsor yang memberikan dana dan lain sebagainya. Untuk sponsor ini, Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) akan menampilkan nama sponsor untuk diposting di media sosial sehingga sponsor mendapatkan *engagement*.

Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) memiliki perbedaan dengan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang yang sama yaitu Rans *Entertainment*. Rans *Entertainment* merupakan perusahaan milik pasangan selebritis Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Rans *Entertainment* mengembangkan industri olahraga melalui kehadiran para selebritis untuk berkompetisi dibidang olahraga dan pendekatan inovatifnya dalam pembuatan konten sedangkan Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) berkomitmen untuk memberikan kesempatan para pemuda Indonesia untuk ikut andil dalam pembangunan industri olahraga dengan memfasilitasi mereka untuk ikut berkompetisi sehingga Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) berfokus terhadap penyelenggaraan *event* dan memastikan kualitas pertandingan. Dalam aktivitasnya, perusahaan Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) menyelenggarakan *event*, melakukan promosi dan pemasaran dengan



mengembangkan pemasaran yang kreatif dan mengembangkan konten media sosial serta menjalin kerjasama dengan pihak *sponsorship*. *Sponsorship* sendiri merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena dapat memberikan kontribusi finansial atau bantuan lainnya yang berguna untuk keberlangsungan acara (Saleh & Siagian, 2020).

Pemagang tertarik untuk melakukan kegiatan praktik kerja magang di Bumi Burneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) dan menjadi tim *creative media*. Hal ini karena bertujuan untuk mengembangkan kemampuan kreatif pemagang dalam menciptakan konten yang inovatif untuk kepentingan *sponsorship*. Pada divisi ini pemagang bertugas dalam memastikan konten untuk *sponsorship*. Pemagang menjadi *videographer* dan *fotographer*. Selain itu, pemagang juga membuat konten serta mengelola media sosial yang dimiliki oleh perusahaan. Pemagang memiliki tanggung jawab untuk memastikan proses shooting yang berjalan serta menjalankan *event* yang diselenggarakan.

Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep *creative media* karya Navas (2022) pada buku yang berjudul “*The Rise of Metacreativity*”. Pemagang menjadi tim *creative media* untuk memberikan konten yang kreatif yang digunakan sebagai kepentingan *sponsorship* dari perusahaan. Dengan begitu, pemagang harus memanfaatkan ilmu *creative media* guna menghasilkan konten yang menarik.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri komunikasi pada biro iklan. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana proses kerja tim kreatif pada PT Gelora Bumi Khatulistiwa
2. Mengimplementasikan kemampuan mengenai *Creative Media Production*, *Media Social Mobile Marketing*, *Photography* dan *Videography*.
3. Mempelajari standar kerja profesional yang berguna untuk mengetahui pekerjaan di dunia kerja pada kemudian hari.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada bulan Agustus 2023 hingga Januari 2024 dengan durasi seratus hari kerja atau delapan ratus jam kerja. Praktik kerja magang *full* dilaksanakan pada hari senin-jumat dengan jam operasional pukul 09:00 WIB sampai pukul 17:00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mendaftarkan diri pada Bumi Borneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) melalui *google form* dan mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di Bumi Borneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun *WhatsApp* resmi lembaga pada tanggal 5 Juli 2023 dan mendapat surat penerimaan

praktik kerja magang pada tanggal 1 Agustus 2023 yang ditanda tangani oleh *Vice President* Bumi Borneo (PT Gelora Bumi Khatulistiwa) yaitu Ibu Viola.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Creative Media* pada Departemen Kreatif.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Creative Team* Abo Chirstian selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Microsoft Teams.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA