

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah lanskap industri game online secara signifikan di seluruh dunia. Dengan pertumbuhan internet yang terus meningkat, lebih banyak orang dapat terhubung dan mengakses game secara online. Terobosan dalam mobile gaming telah membawa aksesibilitas game ke tingkat yang lebih luas, memungkinkan jutaan pemain untuk menikmati pengalaman gaming melalui perangkat seluler mereka. Selain itu, teknologi cloud gaming juga telah muncul sebagai alternatif yang menarik, memungkinkan pemain untuk memainkan game tanpa memerlukan perangkat keras yang mahal.

Sementara itu, industri game online terus berkembang dengan pesat, terutama dalam konteks *e-Sports* yang telah menjadi fenomena global. Turnamen besar dan kompetisi *e-Sports* menarik jutaan penonton dari seluruh dunia, menciptakan pasar yang sangat besar untuk konten game online. Inovasi terus-menerus dalam teknologi grafis, kecerdasan buatan, dan interaksi pemain juga telah menjadi fokus utama pengembang game, menciptakan pengalaman bermain yang semakin mendalam dan menarik bagi pengguna. Di Indonesia, pertumbuhan industri game online juga sangat signifikan. Dukungan infrastruktur internet yang semakin baik dan penetrasi perangkat seluler yang luas telah menciptakan pangsa pasar yang besar untuk game online di negara ini. Sebagai hasilnya, popularitas *e-Sports* juga terus meningkat di Indonesia, dengan semakin banyak turnamen lokal dan komunitas penggemar yang tumbuh.

Perusahaan Fantech beroperasi dalam industri teknologi dan perangkat keras gaming, yang merupakan segmen berkembang pesat di pasar global. Industri ini mencakup berbagai produk seperti *mouse*, *keyboard*, *headset*, dan aksesoris gaming

lainnya yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman bermain game. Dengan peningkatan popularitas *e-sports* dan gaming sebagai bentuk hiburan utama, permintaan akan perangkat keras berkualitas tinggi terus meningkat. Fantech telah memposisikan dirinya sebagai salah satu pemain utama dalam industri ini, menawarkan produk inovatif yang memenuhi kebutuhan gamer profesional dan kasual. Sebagai perusahaan yang berada dalam industri yang kompetitif, Fantech memiliki posisi yang cukup kuat dengan berbagai produk yang dikenal karena kualitas dan inovasinya. Fantech telah membangun reputasi yang solid melalui desain produk yang ergonomis, fitur-fitur canggih, dan harga yang kompetitif. Posisi ini diperkuat oleh upaya pemasaran yang agresif dan hubungan yang baik dengan distributor dan retailer di berbagai negara. Dalam konteks ini, posisi perusahaan magang, yaitu Fantech World, berperan penting dalam mendukung aktivitas global perusahaan induk, memastikan keselarasan strategi pemasaran, dan mendukung pertumbuhan bisnis di pasar internasional. Hal ini merupakan alasan saya memilih Fantech sebagai tempat magang, dimana kita bisa lebih meng-explore sisi marketing dari Fantech World yang sangat luas, dikarenakan bersifat *worldwide*. Dimana kita dapat meeting dengan orang luar negeri, melakukan pendekatan *marketing* dengan influencer luar negeri, meeting dengan distributor atau Fantech cabang luar negeri. Terlebih lagi, salah satu alasan kuat saya memilih Fantech sebagai tempat magang ialah dimana citra merek dari Fantech yang dapat dikatakan menjadi yang terdepan untuk produk *gaming tech local* di Indonesia, dimana angka penjualannya yang juga tergolong sangat besar. Fantech menjadi salah satu brand lokal Indonesia yang sudah go international atau mendunia.

Program magang di Fantech World memiliki kontribusi signifikan bagi perusahaan. Magang memberikan tenaga kerja tambahan yang dapat membantu dalam berbagai proyek yang sedang berjalan, seperti pengembangan konten, analisis pasar, dan kampanye pemasaran. Para magang seringkali membawa perspektif baru dan ide-ide segar yang dapat membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan

bisnis dan berinovasi. Selain itu, pekerjaan magang membantu dalam membangun pipeline bakat untuk masa depan, memungkinkan Fantech untuk melatih dan mengidentifikasi calon karyawan potensial yang dapat dipekerjakan secara penuh waktu setelah menyelesaikan program magang mereka. Secara keseluruhan, program magang di Fantech World tidak hanya mendukung operasi sehari-hari perusahaan tetapi juga memainkan peran penting dalam strategi jangka panjang perusahaan untuk pertumbuhan dan keberlanjutan dalam industri perangkat keras gaming yang dinamis. Saya yakin pengalaman magang di Fantech Indonesia akan memberikan wawasan yang luar biasa, terutama dalam bidang pemasaran baik di tingkat lokal maupun internasional. Saya berharap dapat meningkatkan keterampilan komunikasi pemasaran saya yang masih perlu diasah, dan saya yakin Fantech Indonesia, dengan prestasinya yang telah diakui secara internasional, memiliki keahlian pemasaran yang luar biasa.

Saya menemukan tantangan terkait dengan tugas utama yang diberikan kepada saya. Akun Instagram Fantech World masih belum mencapai target dan kurang dalam aspek *world-wide*, karena tim pemasaran Fantech World memiliki prioritas lain yang harus dipenuhi. Akun tersebut memiliki hasil insight yang rendah, konten yang kurang menarik jika dibandingkan akun Instagram Fantech ID, dan juga dapat dikatakan bahwa tidak ada orang yang secara khusus bertanggung jawab atas pengelolaannya. Oleh karena itu, tanggung jawab untuk mengelola akun Instagram tersebut diberikan kepada saya. Terlebih juga, akun sosial media seperti Tiktok, Facebook Page dan juga Youtube dari Fantech juga diberikan kepada saya untuk dikelola dan dikembangkan. Maka dari itu saya diberi tugas dan tanggung jawab untuk membantu meningkatkan *Exposure* dan *Brand Awareness* dari sisi marketing mengenai Fantech World, mencakup produk-produk baru dan juga traffic website www.fantechworld.com

Dengan latar belakang tersebut, saya memutuskan untuk menyusun laporan kerja magang dengan judul "Peningkatan Marketing Exposure Dan Brand Awareness Fantech World Di CV Golden Technology Indo."

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Sebagai seorang mahasiswa semester 6, saya telah menjalankan kegiatan magang di Fantech Indonesia sebagai bagian dari persyaratan akademik. Saya percaya bahwa tim marketing memegang peran penting dalam pertumbuhan dan kesuksesan sebuah perusahaan, karena mereka bertanggung jawab untuk menjangkau pasar dan meningkatkan profitabilitas.

Selain itu, tujuan saya dalam magang ini adalah untuk membantu tim marketing Fantech World dalam menganalisis dan mengatasi masalah yang dihadapi oleh akun Instagram Fantech dan juga meningkatkan *exposure* dan *brand awareness* dari sisi *Marketing*. Saya berharap dapat memberikan kontribusi dengan mengelola akun tersebut dan menyajikan ide dan solusi yang relevan untuk meningkatkan performa dan efektivitas dari *brand* ini. Saya juga dipercaya untuk menghandle mengenai kerjasama dengan Key Opinion Leader (KOL). Key Opinion Leaders (KOLs) adalah orang-orang yang dianggap sebagai juru kunci untuk mengendalikan opini masyarakat pengikut akun media sosialnya (Safitri & Ramadanty, 2019). Manajemen Key Opinion Leaders (KOLs) saat ini banyak digunakan dalam pengelolaan hubungan dengan para followers dan pada praktiknya adalah mereka yang memiliki hubungan yang terstruktur dengan baik (cognizant.com, 2015). KOL juga dapat diartikan sebagai tokoh atau organisasi yang mempunyai status sosial yang kuat sehingga rekomendasi dan pendapatnya banyak didengarkan saat membuat keputusan penting. KOL biasanya mempunyai pekerjaan ahli di bidang tertentu. Itulah mengapa referensi mereka bisa disebut sebagai pendapat para ahli (pemimpin opini). Seorang influencer pada praktiknya, lebih dikenal sebagai key opinion leaders (KOLs).

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Selama praktik kerja magang, berikut ini merupakan tahapan pelaksanaannya, yaitu: Mahasiswa mengirimkan aplikasi magang ke Fantech Indonesia. Kemudian, HR melakukan seleksi dan pemberitahuan kepada kandidat yang lolos.

1. Pendaftaran Magang: Mahasiswa mengirimkan aplikasi magang ke Fantech Indonesia (CV Golden Technology Indo). Kemudian, HR melakukan seleksi dan pemberitahuan kepada kandidat yang lolos. Kemudian, HR memberikan tahapan pengenalan terkait budaya perusahaan (Orientasi).

2. Orientasi: Mahasiswa melakukan sesi perkenalan untuk memahami budaya perusahaan, kebijakan, dan prosedur kerja. Mahasiswa juga diperkenalkan kepada karyawan-karyawan yang ada di kantor. Setelah itu mahasiswa diberikan informasi tentang fleksibilitas jam kerja yaitu dari waktu masuk jam 08:30 - 17:30. Mahasiswa juga dijejaskan terkait divisi-divisi yang ada, dan terakhir, mahasiswa diperkenalkan kepada divisi nya sendiri yaitu divisi *marketing*.

3. Penugasan: Mahasiswa diberikan tugas oleh supervisi atau koordinator magang dari divisi (*marketing*) sesuai *jobdesk* sebagai *marketing intern*.

4. Pelaksanaan Tugas: Mahasiswa melakukan tugas sesuai dengan arahan yang diberikan oleh supervisi atau koordinator magang dari divisi nya.