

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman di era globalisasi telah mengalami perubahan karena masuknya teknologi dan digitalisasi di kehidupan sehari-hari. Salah satu perkembangan yang memberikan perubahan signifikan yaitu peran media sosial dalam komunikasi, perilaku, dan interaksi sosial masyarakat, dengan adanya *platform* media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, X Twitter, dan lainnya akses masyarakat terhadap informasi, komunikasi dan interaksi lainnya lebih dipermudah dan menjadi instan dalam aktivitas *online* ini. Oleh karena itu, media sosial mengambil peran dalam strategi pemasaran/*marketing*, *branding*, serta penjualan bagi perusahaan dan *brand-brand* sekarang, dengan adanya media sosial ini juga dapat mengubah lingkup bisnis dimana memungkinkan sebuah perusahaan untuk menjangkau audiens secara lebih luas bahkan global dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan konten yang dibuat untuk pemasaran produk dari perusahaan..

Penggunaan *platform* media sosial di perusahaan mendorong munculnya profesi baru yang biasa dikenal sebagai Social Media Specialist. (Freberg, 2019) mengungkapkan bahwa social media specialist merupakan seseorang yang profesional di bidang strategi, perencanaan, dan eksekusi dari sebuah konten media sosial untuk sebuah merek dagang atau perusahaan. Social Media Specialist ini bertanggung jawab dalam merancang perencanaan untuk kampanye digital dan pemasaran digital melalui *platform* media sosial perusahaan dengan konten yang dibuat untuk menjangkau audiens yang relevan terhadap produk yang dijual oleh perusahaan. Selain melakukan perencanaan seorang Social Media Specialist juga melakukan eksekusi terhadap konten yang sudah direncanakan, konten yang dibuat pun harus sesuai konteks yang diinginkan perusahaan seperti citra merek, target audiens, dan industrinya. Secara sederhana, Social Media Specialist bertanggung jawab untuk mengendalikan konten jejaring sosial

dalam sebuah perusahaan, mulai dari penempatan konten, penggunaan kata kunci yang tepat, hingga menjadwalkan waktu publikasi. (Stephanie, 2024)

Pesatnya perkembangan teknologi juga memberikan inovasi terbaru tidak hanya pada penggunaan media sosial namun juga telah melahirkan olahraga baru, dimana olahraga ini berbeda dari olahraga biasanya dan tidak melibatkan kekuatan fisik olahraga tersebut adalah *esport*. *Esport* atau olahraga elektronik merupakan bentuk kompetisi permainan *video game* yang melibatkan pemain profesional yang berkompetisi dalam berbagai genre permainan, seperti MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), FPS (*First-Person Shooter*), strategi *real-time*, dan banyak lagi. Para pemain ini tergabung dalam tim profesional dan sering kali memiliki keterampilan yang luar biasa dalam permainan tertentu hingga bersaing dalam turnamen besar dengan hadiah yang menjanjikan. Di Indonesia, industri *esport* telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didukung oleh peningkatan akses internet dan popularitas pemain *video game* di kalangan pemuda. Serta masuknya *esport* ke dalam acara-acara besar seperti Piala Presiden dan Sea Games telah menarik minat yang besar dan menyediakan *platform* bagi pemain untuk bersaing secara profesional. Di tingkat global, *esport* telah menjadi fenomena besar dengan jutaan penggemar yang menonton turnamen secara *online* dan *offline* karena munculnya kejuaraan dunia antar negara seperti MWorld Championship untuk pertandingan *game* Mobile Legends tingkat global, VCT (Valorant Champions Tour) untuk pertandingan Valorant tingkat global, TI (The International) untuk pertandingan DOTA 2 tingkat internasional, dan masi banyak lagi.

PT Qeon Interactive merupakan perusahaan yang bergerak di bidang entertainment khususnya di industri *esport* dengan membentuk tim Bernama Team RRQ (Rex Regum Qeon) yang saat ini merupakan salah satu dan tim *esport* terbesar di Asia Tenggara dan salah satu tim *esport* paling banyak ditonton atau di cari di dunia. Dengan berkembangnya zaman digital ini, eksistensi dari *esport* di dunia sudah menjadi hiburan yang memiliki banyak peminat. Para *pro player* dari setiap tim sudah dianggap sebagai atlet oleh dunia, bahkan ada kejuaraan dunia yang membawa nama negara untuk bertanding di tingkat internasional.

Team RRQ merupakan salah satu tim yang terbesar di Asia tenggara, di Indonesia sendiri terdapat beberapa kompetitor seperti EVOS, ONIC, Bigetron, dan tim *esport* lainnya yang bersaing dalam dunia *esport*. Team RRQ sudah memiliki banyak tim divisi *game* serta memiliki tim cabang di luar negeri seperti di Brazil, Filipina, Thailand, dan Korea Selatan. Media Sosial dari Team RRQ pun lebih besar dibandingkan dengan para kompetitor tim yang ada di Indonesia mulai dari Instagram hingga ke TikTok, dengan begini manajemen tim dari Team RRQ ini sudah berbeda level dengan para kompetitornya di Indonesia

Peran Social Media Specialist disini tidak kalah penting dengan divisi lainnya terlebih lagi bila perusahaan tersebut bergerak di bidang *entertainment*. Divisi ini mengaplikasikan ilmu komunikasi *Digital Marketing*, yang membahas tentang bagaimana pesan dalam pemasaran disampaikan dengan baik kepada target audiens dari perusahaan melalui *platform* sosial media. Social Media Specialist menggunakan pengetahuan tentang target audiens, perilaku konsumen, segmentasi pasar, dan pemilihan pesan yang efektif untuk merancang konten yang menarik dan relevan. Selain itu, adanya interaksi dua arah antara *brand* dan audiens yang dituju melalui media sosial yang dimiliki oleh perusahaan. Tidak hanya itu, Social Media Specialist juga mengaplikasikan kemampuan *copywriting* ke dalam pekerjaan, untuk mengembangkan penulisan teks, pemilihan kata yang persuasif untuk mempengaruhi audiens dan ini menjadi sebuah pondasi dalam pembuatan sebuah konten yang efektif untuk media sosial.



(Sumber Tekno Kompas, 2022)

Gambar 1.1 RRQ Juara MPL Season 9



(Sumber Suara.com, 2020)

Gambar 1.2 RRQ Juara MPLI Mewakili Indonesia

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud dari praktik kerja magang pada PT Qeon Interactive adalah sebagai bentuk memenuhi kewajiban akademis perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara, yaitu mata kuliah Internship dengan bobot 20 SKS yang terdiri dari *Professional Business Ethics*, *Industry Experience*, *Industry Model Validation*, dan *Evaluation and Reporting*. Pada sisi lain, mata kuliah *internship* juga menjadi syarat kelulusan bagi para mahasiswa sehingga sangat penting untuk dipenuhi dengan ketentuan menjalankan praktik kerja magang dengan minimal 80 hari atau setara dengan 640 jam kerja dan disertai dengan harapan untuk para mahasiswa agar dapat memperoleh ilmu dan pengalaman baru di luar area institusi serta menambah dan memperluas relasi di tempat praktik kerja magang.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang, yaitu:

- a. Mendapatkan pengalaman di bidang *esport*
- b. Menerapkan kemampuan dan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja yang profesional
- c. Mencari dan mendapatkan pengalaman serta koneksi baru di bidang *marketing communication*

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang pada Team RRQ yang merupakan bagian dari PT Qeon Interactive yang berlokasi di Jl. Jend. Sudirman Kav. 10-11, Midplaza 2 building, 24th floor, Karet Tengsin, RT.10/RW.11, Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10220 Waktu pelaksanaan kerja magang berlangsung selama 5 Bulan dimulai dari 12 Februari – 12 Juli 2024.

Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan selama 640 jam kerja sesuai dengan aturan dan regulasi dari Program Studi dan Paduan MBKM Magang Track 1 Universitas Multimedia Nusantara. Masa aktivitas magang dimulai dari tanggal 12 Februari 2024 sampai 12 Juli 2024. Proses kerja magang dilaksanakan secara *offline* atau *Work From Office* mulai dari Jam 10.00 - 19.00 WIB.

Ketentuan jangka waktu praktek kerja magang yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara adalah 80 hari atau setara dengan 640 jam kerja. untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh program MBKM dan disesuaikan dengan penawaran dari perusahaan, praktik kerja magang ini

dimulai pada tanggal 12 Februari 2024 hingga 12 Juli 2024 dengan total waktu 5 bulan.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Proses kegiatan kerja magang dimulai dengan menghubungi HRD beberapa perusahaan yang ada untuk mencari lowongan magang. Pada tanggal 2 Februari 2024, wawancara dimulai dengan staf HR dan dilanjutkan dengan *user* pada tanggal 6 Februari 2024. Setelah proses *interview* dan penerimaan selesai, kerja magang dimulai pada 12 Februari 2024. Pertama, dilakukan pengenalan terhadap lingkungan kerja PT Qeon Interactive dan memulai pengenalan tugas yang akan dilakukan. Mereka juga melakukan penilaian kemampuan. Selanjutnya, kontrak kerja magang dengan bagian HR ditandatangani. Proses selanjutnya setelah diterima oleh perusahaan adalah registrasi ke *website* merdeka.umn.ac.id untuk mengisi data tentang informasi kerja magang, *job description*, alur kerja serta tugas yang akan dikerjakan di perusahaan. Tahapan selanjutnya adalah melakukan pengecekan *daily task* untuk setiap pekerjaan yang sudah dilakukan tiap harinya selama praktik kerja magang yang nantinya akan disetujui oleh PIC perusahaan. Lalu selama proses kerja magang, dalam penyusunan laporan dilakukan bimbingan dengan dosen pembimbing yang sudah ditentukan.

Kesempatan magang di PT Qeon Interactive sebagai Social Media Specialist Intern di department Digital and Community diperoleh dengan melalui beberapa tahapan:

- 1) Telah memenuhi syarat akademik umum untuk mengambil mata kuliah Internship, yaitu sudah lulus 109 SKS dengan IPK 3.56 dan tidak ada nilai D, E dan F pada semua mata kuliah.
- 2) Mendaftar program magang dengan melakukan approach ke HRD melalui email dengan mengirimkan data-data diri dokumen yang

diperlukan seperti Curriculum Vitae (CV), digital portfolio, dan transkrip nilai sementara.

- 3) Mengajukan KM-01 untuk mendapat persetujuan dari kaprodi Ilmu Komunikasi.
- 4) Jumat, 2 Februari 2024 dihubungi oleh HRD PT Qeon Interactive, Monica Raisa untuk mengkonfirmasi apakah bersedia diproses lebih lanjut atau tidak dan melangsungkan wawancara
- 5) Selasa, 6 Februari 2024 pukul 10.30 WIB menghadiri wawancara online. Wawancara dilaksanakan dengan user. Durasi wawancara kurang lebih dilakukan selama 30 menit.
- 6) Jumat, 9 Februari 2024 dihubungi kembali oleh HRD PT Qeon Interactive, Monica Raisa dengan kabar bahwa telah diterima dengan posisi Social Media Specialist Intern
- 7) Senin, 12 Februari 2024 mulai mendatangi *Head Office*, PT Qeon Interactive untuk memulai kerja magang dan selama melaksanakan program magang, juga turut menyusun laporan magang
- 8) Pada tanggal (19/02/2024), mendapat persetujuan dan surat pengantar dari kampus untuk melaksanakan kerja magang di PT Qeon Interactive setelah beberapa kali pengecekan kredibilitas dan latar belakang supervisor.
- 9) Jumat, 16 Februari 2024 surat acceptance letter dari HRD diterima dan proses dalam melengkapi registrasi pada *website* merdeka.umn.ac.id dan mengunggah surat ke my.umn.ac.id pada bagian Internship > Pre-Internships > Input Form KM-01 / Final Comp.