

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

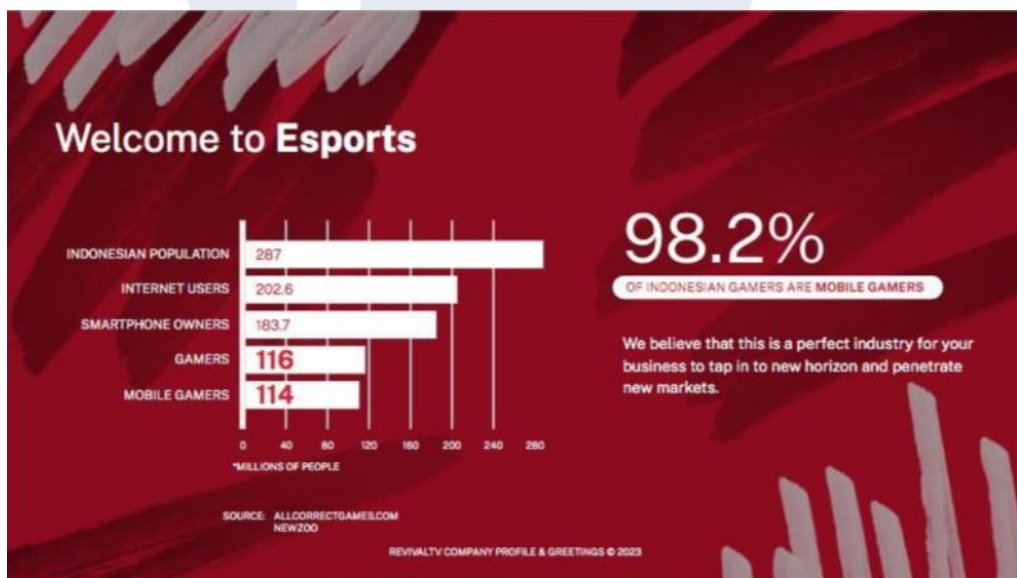
### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Adanya perkembangan digital yang terus menerus berubah seiring berjalannya waktu membuat banyaknya industri baru terus bermunculan di era sekarang. Dengan kemunculan industri-industri baru tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa peluang karir dan berbagai macam profesi baru telah muncul juga sehingga banyak masyarakat Indonesia yang diperkenalkan dengan adanya profesi yang masih asing. Salah satu contoh nyatanya adalah industri Esports yang akhir-akhir mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Menurut Situmorang (2020), Esports merupakan industri olahraga elektronik yang mampu menciptakan lapangan kerja berkualitas yang baru bagi masyarakat Indonesia sehingga menimbulkan sebuah peluang usaha berbasis digital. Zaman sekarang, industri Esports sendiri sudah menjadi bagian dari kehidupan maupun ekosistem hidup dari generasi muda di Indonesia. Tak hanya itu, dunia Esports juga kerap melibatkan generasi milenial dan juga generasi z sehingga menjadi pembuktian bahwa industri Esports di Indonesia digemari oleh seluruh kalangan. Banyak ide-ide cemerlang baru dan kreatif yang diyakini dapat berkontribusi bagi masyarakat Indonesia serta finansial Indonesia. Sedangkan mengutip dari kompas.com, esports atau olahraga elektronik adalah bidang olahraga yang menggunakan game sebagai bidang kompetitif. Pemain esports terdiri dari beberapa orang yang membentuk satu tim yang akan bermain game untuk melawan tim lainnya pada tingkat profesional untuk memenangkan sejumlah hadiah dan trofi. Beberapa jenis esports yang sering dijadikan kompetisi adalah MOBA (Multiplayer Online Battle Arena), FPS (First Person Shooter), Battle Royale, dan lain-lain.

Menurut Iwan dalam Situmorang (2020), hampir seluruh anak muda di Indonesia zaman sekarang ingin menjadi bagian dari Esports. Dari segi jenis permainan baru yang mulai bermunculan di Indonesia hingga memiliki karir sebagai pemain profesional. Profesi lain di bidang Esports sendiri juga meliputi

*gaming influencer*, joki profesional, *shoutcaster*, *streamer*, *cosplayer*, dan juga tim manager dari dunia Esports.

Profesi *shoutcaster* di dunia Esports memang sudah tidak dipungkiri lagi telah menjadi salah satu profesi yang paling banyak diminati oleh orang-orang. Memiliki *skill set* berbicara yang baik dan spontanitas pengetahuan mengenai industri Esports, telah membuat profesi *shoutcaster* naik daun di era sekarang. Dikutip dari Hybrid.co.id, seorang jurnalis bernama Akbar Priono (2019), menjelaskan tentang seberapa penting peranan seorang *shoutcaster* dalam pertandingan Esports. Profesi ini lah yang menjadi sosok penyemangat di tengah keseruan pertandingan serta memberi analisis, memandu penonton menikmati jalannya pertandingan. Seiring berkembangnya ekosistem Esports di Indonesia, profesi ini juga semakin memiliki peminatan yang semakin tinggi.



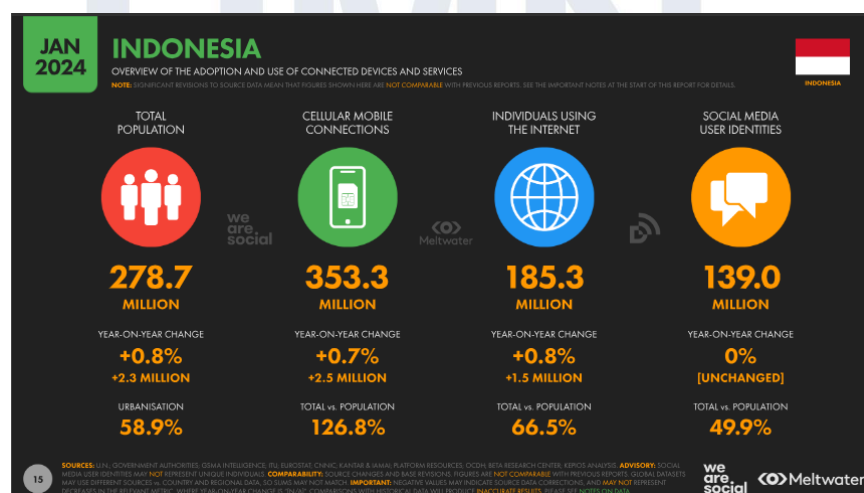
Gambar 1.1 Data gamer di Indonesia Menurut RevivaLTV  
Sumber : Company Profile RevivaLTV

Berbagai macam jenis permainan Esports yang disuguhkan di Indonesia membuat ranah ini sangat populer dan menghasilkan banyaknya jumlah *gamers* di Indonesia. Menurut Pratama (2018), berdasarkan riset yang dilakukan Newzoo pada 2018 Indonesia menempati ranking 16 dunia dalam hal industri games. Pendapatan dari industri games ditaksir mencapai 879,7 juta dollar Amerika atau

sekitar 13 triliun rupiah. Terlebih lagi adanya dukungan pemerintah setempat mengenai industri Esports yang semakin berkembang di Indonesia.

Presiden Joko Widodo menekankan bahwa bermain game di zaman sekarang dapat membawa dampak positif bagi anak-anak di Indonesia. Terlebih lagi, industri Esports dalam kaitannya dengan teknologi dan hiburan dapat memberikan potensi ekonomi tinggi terhadap negara. Dengan adanya pemain Esports yang nantinya akan dilatih menjadi pemain profesional dunia, nilai ekonomi di bidang ekonomi digital nantinya akan bertumbuh dengan sangat pesat, maka dari itu regulasi-regulasi yang merespons industri Esports sendiri haruslah ketat dan terstruktur (KSP, 2019). Dari sini, upaya pembangunan industri esports di Indonesia tentunya tidak berhenti dengan penyelenggaraan acara-acara besar esports saja, namun juga dengan menyiapkan kebijakan yang dapat memaksimalkan potensi esports dan industri gaming untuk kemajuan bangsa baik dari segi prestasi, pemasaran, media dan lain-lain.

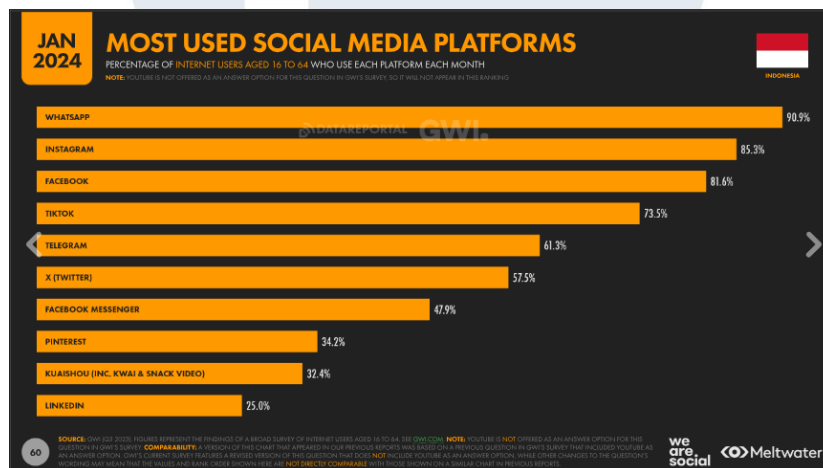
Tentunya peran media sosial menjadi salah satu aspek terpenting dalam meningkatnya kepopuleritasan Esports di Indonesia, terlebih lagi mengikuti zaman yang serba digital. Munculnya fitur-fitur media sosial baru di Instagram, TikTok, Twitter, serta YouTube membuat berbagai macam konten Esports dapat disebarluaskan lebih mudah dan mencapai target audiens yang baru setiap harinya.



Gambar 1.2 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Per Januari 2024  
 Sumber : DatePortal.com (Hootsuite)

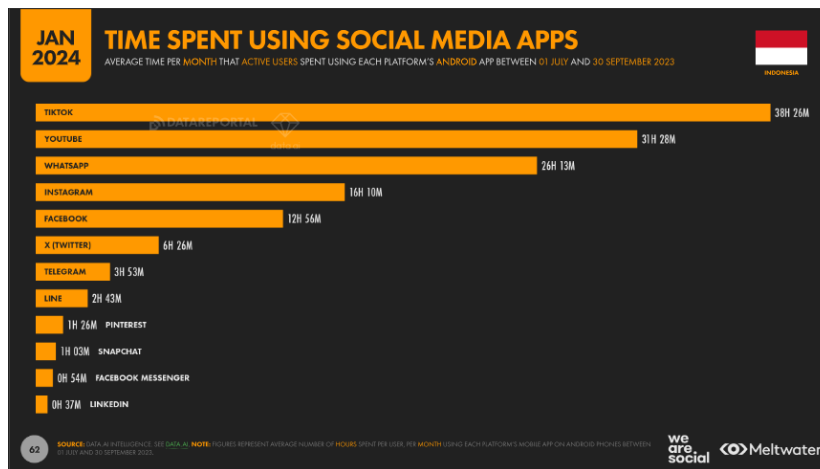
Hasil survey oleh DatePortal.com per Januari tahun 2024 menunjukkan bahwa dengan total populasi di Indonesia sebesar 278,7 juta orang, pengguna internet di Indonesia mencapai angka 183,3 juta orang dengan persentase sebesar 66.5% dari total populasi. Dengan pengguna internet yang tergolong tinggi, masyarakat Indonesia tentunya juga aktif mengakses media sosial sehingga dari total populasi pengguna media sosial yang mencapai angka 139 juta orang, persentase pengguna media sosial di Indonesia menyentuh angka 49,9%.

Dengan banyaknya pengguna aktif media sosial di Indonesia, *platform-platform* yang digunakan juga terdiri dari banyak jenis, contohnya adalah TikTok, Instagram, WhatsApp, dan lain-lain. Seperti pada data yang tertera di gambar 1.4, TikTok menempati posisi keempat sebagai aplikasi di media sosial yang digemari oleh masyarakat Indonesia untuk mencari informasi atau hiburan lainnya.



Gambar 1.3 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Per Januari 2024  
Sumber : DatePortal.com

Kemunculan media sosial TikTok membawa dampak yang signifikan bagi negara Indonesia. Tidak hanya dari segi hiburan namun juga membantu perekonomian Indonesia dengan adanya e-commerce, TikTok affiliate, sampai dengan TikTok shop. Hal ini membuat aplikasi TikTok menjadi aplikasi media sosial yang berperan sebagai alat komunikasi manusia tanpa batas. Menurut Prosenjit & Anweson (2021) TikTok adalah sebuah aplikasi turunan dari internet yang berbasis media sosial dengan memberikan fitur untuk membuat dan membagikan konten berupa video singkat



Gambar 1.4 Waktu Yang Dihilangkan Untuk Sosial Media Di Indonesia Per Januari 2024  
 Sumber : DatePortal.com

Jenis-jenis konten tersebut tidak lepas dari konten yang memiliki konteks industri Esports, seperti acara-acara besar yang terjadi di kalangan pemain Esports, para talent atau *brand ambassador* yang membagikan konten keseruan Esports, dan masih banyak lagi. Kepopularitasan Esports melalui berbagai media sosial, khususnya TikTok membuat pertumbuhan pasar *game* di Asia Pasifik dianggap sebagai pertumbuhan pasar *game* yang paling cepat. Salah satu jenis permainan yang menggemparkan pasar adalah game berbasis *moba* (*multiplayer online battle arena*). Salah satu permainan *moba* yang semakin berkembang kepopularitasnya adalah permainan “Mobile Legends”. Maka dari itu, penelitian ini akan berfokus untuk kepada informan *shoutcaster gaming influencer* yang bergerak di permainan Mobile Legends. Mengutip dari perkataan Manurung sebagai Head of Marketing & Business Development Esports Moonton Indonesia, jumlah pemain di Indonesia yang secara aktif memainkan permainan Mobile Legends mencapai lebih dari 90 juta orang. Sementara jumlah pemain Mobile Legends di Asia Tenggara menyentuh angka 70 juta.



Gambar 1.5 Indonesia Market Overview 2021  
Sumber : Suara.com

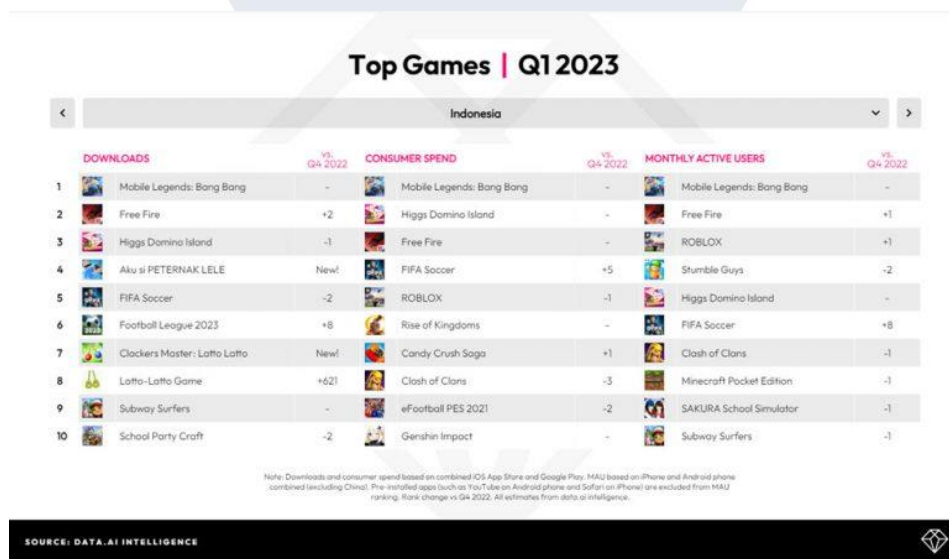
Semakin berkembangnya Esports, semakin luas juga aktivitas atau *event* yang bermunculan dengan mengatasnamakan Esports. Seperti kompetisi MPL, MDL, Piala Presiden, dan masih banyak lagi. *Event-event* ini lah yang akhirnya membuat kebutuhan adanya *content creator*, *shoutcaster*, *gaming influencer* dan profesi lainnya yang dibutuhkan untuk memeriahhi industri Esports. Tingginya permintaan masyarakat terhadap konten hiburan Esports telah menciptakan sebuah keperluan dimana banyaknya agensi kreatif di luar sana mulai berlomba-lomba untuk merekrut *talent* maupun *shoutcaster* untuk memeriahkan ranah Mobile Legend, terutama di arena profesional seperti MPL dan MCL yang dapat disaksikan secara daring oleh seluruh orang di dunia.



Gambar 1.6 Kemenangan ONIC Esports di MPL 2023  
Sumber : ONIC Esports

Mengutip dari antaranews.com, penyedia analisis data *mobile* data.ai berkata bahwa Indonesia telah menghabiskan total 370 juta dolar Amerika Serikat untuk game *mobile* pada tahun 2022. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar game *mobile* terbesar ke-3 berdasarkan unduhan Google Play serta adanya peluang untuk pertumbuhan yang signifikan bagi pasar game *mobile* di Indonesia menurut Head of Insights di data.ai, Lexi Sydow. Lexi juga menilai bahwa industri game di Indonesia, khususnya game *mobile*, akan terus mencetak pertumbuhan yang luar biasa di tahun-tahun mendatang.

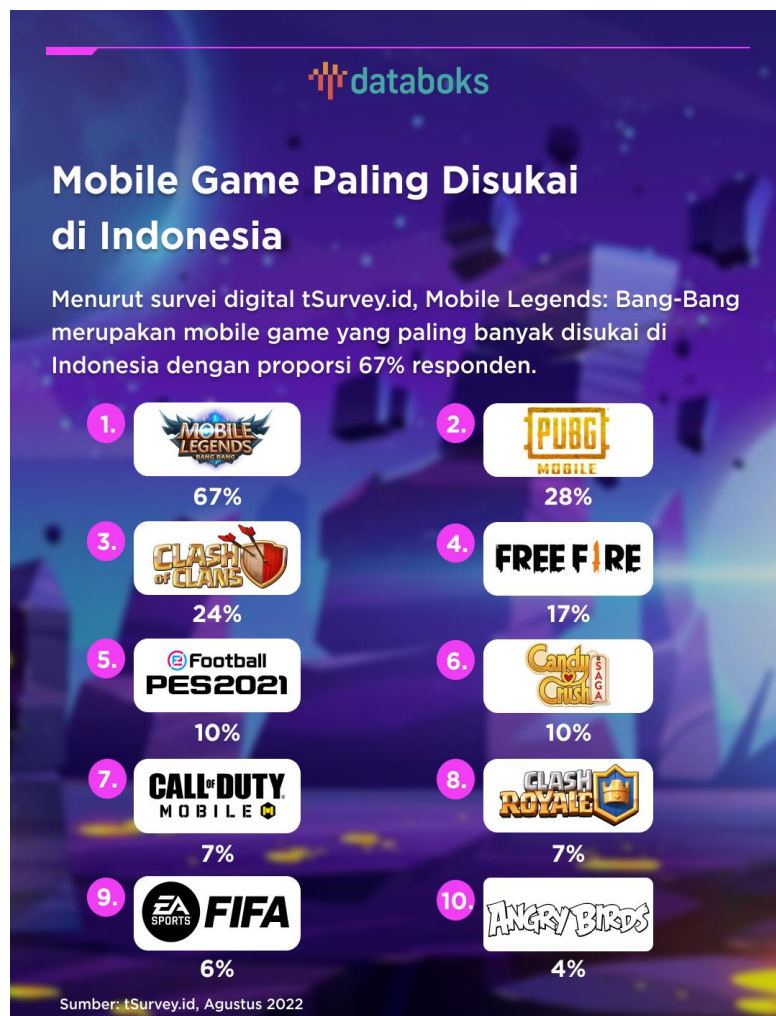
Dari banyaknya game *mobile* yang tersedia, pada Q1 2023 permainan Mobile Legends Bang Bang menduduki posisi teratas dalam daftar game yang paling banyak diunduh di Indonesia, serta menjadi game yang memiliki konsumen aktif setiap bulannya dalam melakukan transaksi.



Gambar 1.7 Data Top Games Q1 2023 di Indonesia

Sumber: hybrid.co.id, 2024

Selain itu, berdasarkan survei digital yang dilakukan oleh Telkomsel, tSurvey.id, kepada 2.000 responden di Indonesia, terbukti bahwa Mobile Legends Bang Bang merupakan *mobile game* tertinggi yang dimainkan.













Gambar 1.8 Survei digital tSurvey.id oleh Telkomsel  
Sumber : databoks, 2024

Sebesar 67% responden memainkan game Mobile Legends Bang Bang sehingga menjadikan game ini menjadi game yang paling populer pada saat ini di Indonesia. Seiring meningkatnya popularitas game Mobile Legends Bang Bang, meningkat pula kebutuhan-kebutuhan profesional untuk kompetisi dari esports ini, salah satunya adalah *shoutcaster*. Semakin banyak liga pertandingan esports, semakin banyak juga kebutuhan atas komentator game yang disebut sebagai *shoutcaster* ini. Turnamen Mobile Legends Bang Bang yang pernah diselenggarakan, baik tingkat nasional maupun internasional, ada beberapa jenis seperti MSC, MSL, MPL ID, Sea Games, IESF, Piala Presiden, M Series, MIC, dan



MDL. Mengutip dari IDN Times, MPL ID merupakan turnamen Mobile Legends Bang Bang tingkat nasional Indonesia yang menjadi wadah populer dalam melahirkan pemain-pemain esports berbakat di Indonesia. Turnamen ini merupakan turnamen bergengsi nomor satu di Indonesia yang dimana menjadi salah satu jalan pembuka untuk mengikuti turnamen bergengsi selanjutnya seperti MSC (Mobile Legends Southeast Asia Cup) serta M Series (Mobile Legends World Championship) yang merupakan tier tertinggi dalam turnamen Mobile Legends Bang Bang.

Dari sekian banyak kompetisi Mobile Legends Bang Bang di Indonesia, tentunya setiap pertandingan membutuhkan lebih dari dua *shoutcaster* untuk memandu permainan, maka dari itu tidak sedikit agensi yang membuka lowongan dan mencari talent sebagai *shoutcaster*, terutama *shoutcaster* di MPL Indonesia. Menurut data liquipedia, terdapat sekitar 200 *shoutcaster* Mobile Legends baik skala nasional dan internasional yang ada di Indonesia.

2024-06-09	A-Tier	 MPL Indonesia Season 13	Commentator	[show]
2024-03-02	A-Tier	 Games of the Future 2024	Indonesian Commentator	[show]
2023-12-17	S-Tier	 M5 World Championship	Indonesian Commentator	[show]
2023-10-15	A-Tier	 MPL Indonesia Season 12	Commentator	[show]
2023-06-18	S-Tier	 MLBB Southeast Asia Cup 2023	Indonesian Commentator	[show]
2023-04-09	A-Tier	 MPL Indonesia Season 11	Commentator	[show]
2023-01-15	S-Tier	 M4 World Championship	Indonesian Commentator	[show]
2022-10-23	A-Tier	 MPL Indonesia Season 10	Commentator	[show]
2021-12-19	S-Tier	 M3 World Championship	Indonesian Commentator	[show]
2021-01-24	S-Tier	 M2 World Championship	Indonesian Commentator	[show]
<a href="#">About achievements</a>		<a href="#">Broadcasts from any Tournament</a>		

Gambar 1.9: Achievement Pak Pulung

Sumber: liquipedia, 2024

Berdasarkan data diatas, Pak Pulung terbukti menjadi *shoutcaster* top tier yang selalu hadir di kompetisi M Series Mobile Legends Bang Bang. Hal ini membuktikan kredibilitas Pak Pulung sebagai *shoutcaster* yang paling dicari di Indonesia. Menurut OneEsports, Pak Pulung juga merupakan salah satu caster top Mobile Legends di Indonesia yang memiliki ciri khas teramat kental. Namanya yang menanjak begitu drastis telah memperlihatkan grafis yang menanjak dari musim ke musim selama turnamen Mobile Legends diadakan di Indonesia. Pak Pulung juga menjadi pelopor caster pantun dan kutipan cinta di MPL pertama yang dibungkus dengan ciri khas berbicara dengan sangat cepat atau julukannya “Rap God”, menurut OneEsports.

Dikutip dari Suara.com, Novianty 2022) berpendapat bahwa Pak Pulung yang sudah menjadi *shoutcaster* Mobile Legend tentu memiliki pengetahuan yang mumpuni di dunia Esports. *Shoutcaster* ikonik MPL Arena yang memiliki nama asli Ferry Ferdiansyah ini telah menjalankan perannya sebagai seorang komentator di ranah Mobile Legends dengan sangat baik sehingga celetukannya sangat berpengaruh terhadap aura pertandingan dimana setiap tim akan berhadapan dengan tim lainnya. Sosok Pak Pulung sebagai seorang *shoutcaster* memiliki ciri khas tersendiri dengan jargon dan pantun uniknya dalam memandu turnamen Mobile Legends di MPL ID, MPLI, MSC, bahkan M3. Perjalanan Pak Pulung untuk menjadi *shoutcaster* yang ikonik tidaklah mudah, awalnya Pak Pulung harus menjalani beberapa pekerjaan seperti staf minimarket dan pelayan rumah makan di Pekanbaru. Selanjutnya Pak Pulung memutuskan untuk kembali ke Jakarta untuk bekerja di Kidzania dengan tujuan menghibur anak-anak. Meskipun disibukkan dengan pekerjaannya, Pak Pulung tetap menyempatkan waktunya untuk mengasah skill personal dengan bergabung dengan komunitas stand-up comedy.



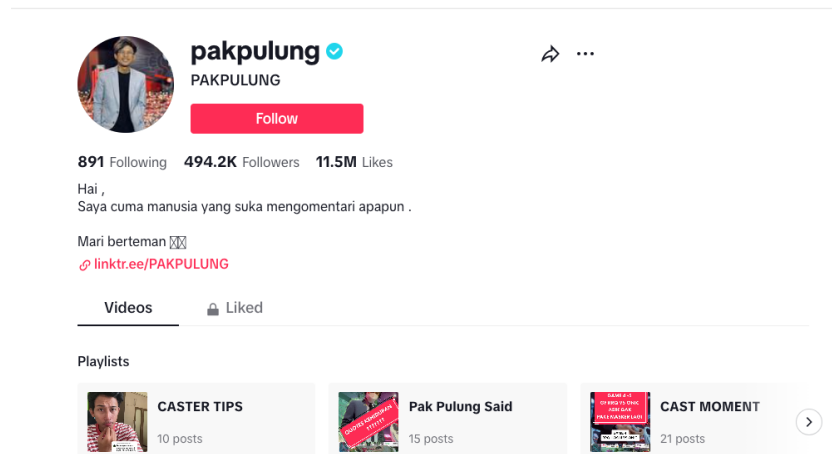
Gambar 1.10 Ferry Ferdiansyah (Pak Pulung)  
Sumber : GGWP.id

Pak Pulung memulai menekuni hobinya sebagai seorang caster ketika ia bertemu dengan temannya yang merupakan seorang staf di RevivaLTV. Ketika RevivaLTV sedang mengadakan *event* GameHub Expo 2018 di Baywalk Mall. Singkat cerita dikarenakan RevivaLTV membutuhkan host Mobile Legends untuk menggantikan host yang berhalangan masuk, Pak Pulung pun mendapat penawaran untuk menjadi host di acara tersebut. Sejak saat itu, RevivaLTV memberikan Pak Pulung pekerjaan sebagai host karena dianggap memiliki potensi untuk menjadi caster yang terkenal. RevivaLTV lalu menjadikan Pak Pulung sebagai talent dibawah manajemen RevivaLTV.

RevivaLTV merupakan media Esports dan broadcasting company yang pertama dan nomor satu di Indonesia (Tanujaya, 2021). Terbentuk pada tahun 2009 dari sebuah komunitas gaming, RevivaLTV mengelola banyak aspek dalam industri Esports seperti event, konten video, hingga talent agency. RevivaLTV selalu mengedepankan masyarakat Indonesia yang memiliki *passion* di bidang Esports dan permainan sehingga agensi tersebut selalu memprioritaskan konten ataupun talent yang mampu meningkatkan industri Esports di Indonesia.

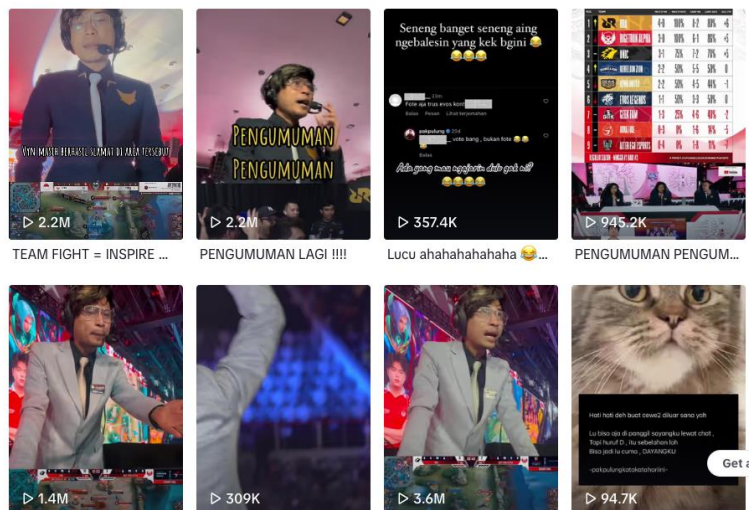
Sebagai seorang caster Mobile Legends yang terkenal, Pak Pulung tentunya menerapkan konsep *personal branding* yang berbeda dari caster lainnya. *Personal branding* yang dimiliki Pak Pulung cenderung positif sehingga memiliki kesan baik dan unik yang dapat membuat karirnya sebagai host atau caster Mobile Legends

dapat meningkat seiring berjalannya waktu dan terus menciptakan persepsi positif di benak khalayak.



Gambar 1.11 Akun TikTok @pakpulung  
Sumber : TikTok, 2024

Dalam membangun *personal branding* tersebut, Pak Pulung memanfaatkan sejumlah *platform* media sosial seperti TikTok, Instagram, Twitter, maupun YouTube. Sebagai *shoutcaster gaming influencer*, Pak Pulung juga berperan sebagai *content creator* di media sosialnya yang membahas seputar Esports dan kegiatan sehari-harinya yang mengandung unsur komedi. Montoya (2002) berpendapat bahwa terdapat delapan konsep dalam *personal branding* yang baik, yaitu adanya sebuah kesatuan, kepemimpinan, kepribadian, spesialisasi, perbedaan, kenampakan, keteguhan, serta maksud baik. Hal-hal tersebut telah dipergunakan oleh Pak Pulung di media sosial TikToknya sehingga seringkali videonya mendapat jumlah angka penonton yang besar, mulai dari 95k-2.2M.



Gambar 1.12 Beranda Akun TikTok @pakpulung  
Sumber : TikTok, 2024

Konten yang diunggah oleh Pak Pulung cenderung berisikan cuplikan dari kegiatannya saat dengan menjalankan profesinya sebagai caster disertai dengan jargon dan celetukan uniknya yang menjadi konten hiburan bagi penggemar Esports. Pak Pulung pun memiliki ciri khas tersendiri ketika sedang menjadi caster, sehingga banyak video-videonya yang ditunggu oleh penikmat media sosial TikTok. Dengan pembahasan latar belakang diatas, *personal branding* Pak Pulung melalui *platform* media sosial TikTok menjadi topik yang menarik untuk diteliti oleh peneliti dikarenakan Pak Pulung memiliki latar belakang yang berbeda dari kebanyakan *shoutcaster gaming influencer* lainnya serta ciri khas Pak Pulung yang tidak dimiliki oleh *shoutcaster* lainnya di Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

Untuk dapat terus mengikuti arus perkembangan di era digital ini, terutama di ranah media sosial dimana banyak *content creator* dan orang-orang yang memiliki kreativitas tinggi terus bermunculan, pentingnya memiliki *personal branding* sebagai pembeda diri dengan orang lain di media sosial telah menjadi rahasia umum bagi para *content creator* dan orang-orang yang memiliki profesi melalui media sosial, terutama TikTok. Tidak hanya itu, *personal branding* dapat menjadi salah

satu faktor peningkatan *value* seseorang di mata khalayak yang sebelumnya tidak pernah mendengar nama mereka.

Profesi *shoutcaster* sendiri berperan penting dalam industri esports, khususnya Mobile Legends. Dalam setiap pertandingan esports, *shoutcaster* merupakan sosok yang terus berbicara dan berteriak di tengah keseruan pertandingan untuk memandu penonton menikmati pertandingannya. Mereka juga bertugas untuk menganalisis pertandingan sehingga penikmat esports dapat mendapat ilmu lebih dari sekedar menonton pertandingan esports. Karena ekosistem esports di Indonesia semakin berkembang, kebutuhan akan pekerjaan *shoutcaster* tentunya semakin tinggi dan semakin banyak kompetisi serta penyelenggara acara yang membutuhkan sosok *shoutcaster*.

Sosok Pak Pulung memang sudah memiliki *personal branding* yang unik dan tidak dimiliki oleh *shoutcaster* lainnya, maka dari itu banyak juga *shoutcaster* yang bermunculan hendak ingin mengikuti jejak Pak Pulung, terutama di ranah permainan Mobile Legends. Dilansir dari suara.com, Pak Pulung sendiri merupakan salah satu *shoutcaster* terbaik di Indonesia, serta merupakan seorang pendahulu di permainan Mobile Legends dari tahun 2019 sampai sekarang. Pak Pulung mulai meraih ketenaran melalui penampilannya sebagai caster dalam kompetisi MLBB, terutama dalam MPL yang diselenggarakan secara reguler di Indonesia. Sebagai caster, Pak Pulung memainkan peran kunci dalam menyampaikan narasi permainan, menganalisis strategi, dan memberikan hiburan kepada audiens. Keberadaannya yang sudah cukup lama namun Pak Pulung tetap relevan dan masih banyak penggemar yang menantikan Pak Pulung sebagai *shoutcaster* di turnamen-turnamen Mobile Legends. Tidak hanya itu, Pak Pulung juga menjadi inspirasi bagi beberapa *shoutcaster* pemula lainnya di dunia Mobile Legends karena gayanya dan konten-konten organik yang dihasilkan Pak Pulung di media sosialnya. Berbeda dari rekan-rekan *shoutcaster* Pak Pulung lainnya seperti El dogee, Ranger Emas, dan lain-lain.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada, penelitian ini memiliki rumusan masalah yakni untuk mengetahui strategi *online personal branding* Pak Pulung sebagai *shoutcaster gaming influencer* di Indonesia melalui

media sosial TikTok, melihat banyaknya pencapaian dan ciri khas Pak Pulung memiliki pengaruh yang sangat menonjol di TikTok melalui video-videonya yang sering di unggah ulang oleh beberapa pengguna TikTok lainnya.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan, pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana strategi *online personal branding* Pak Pulung sebagai *shoutcaster gaming influencer* pada platform TikTok?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *online personal branding* dari sosok Pak Pulung sebagai *shoutcaster gaming influencer* di Indonesia pada platform TikTok.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

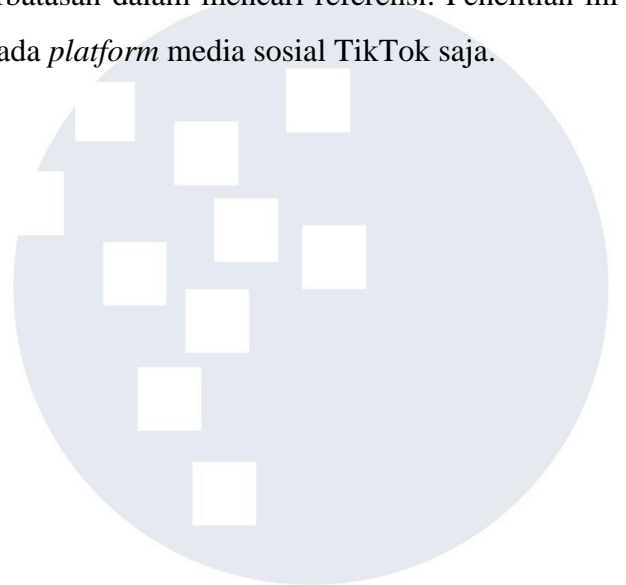
Memberikan sebuah ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi dalam penerapan *personal branding* melalui media sosial TikTok. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang mengambil jurusan Ilmu Komunikasi lainnya yang akan melakukan penelitian menggunakan strategi *personal branding* khususnya terhadap *shoutcaster, gaming influencer, talent, brand ambassador* dan lain-lain.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Dapat memberikan masukan atau pengetahuan baru sebagai bahan evaluasi Pak Pulung sebagai pelaku *personal branding* untuk dapat lebih berkembang lagi kedepannya. Selain itu, memahami manfaat dari penerapan *online personal branding* dalam membangun citra dan reputasi seseorang dan memiliki manfaat di industri Esports.

### 1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dialami oleh peneliti adalah keterbatasan waktu serta kemampuan peneliti dalam menjalankan penelitian. Selain itu, terbatasnya penelitian terdahulu yang membahas tentang topik *online personal branding* terkait dengan profesi Esports yang masih tergolong sedikit di Indonesia sehingga peneliti mengalami keterbatasan dalam mencari referensi. Penelitian ini dilakukan secara terbatas hanya pada *platform* media sosial TikTok saja.



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA