

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*Esport* adalah salah satu industri yang mengalami perkembangan secara pesat dan masif di dunia, termasuk Indonesia. *Esport* merupakan suatu kompetisi permainan video yang diorganisir secara profesional dengan persaingan antar tim pada permainan video tertentu. Keberadaan dunia *esport* menjadi salah satu fenomena global karena mampu menghasilkan pendapatan miliar dollar dan melibatkan jutaan orang di seluruh dunia. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara yang mendukung penuh perkembangan dunia *esport*, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya turnamen *esport* yang diadakan di Indonesia. Bahkan, sudah banyak pula tim pemain *esport* asal Indonesia yang berhasil meraih prestasi kejuaraan di tingkat internasional (Turnip & Hukom, 2023). Keberadaan *esport* juga masuk dalam salah satu prioritas pembangunan nasional (RPJMN 2020-2024) yang direncanakan oleh Presiden Joko Widodo sebelumnya. Rencana tersebut menjanjikan adanya pengembangan *esport* dan industri *gaming* di Indonesia.

PT. BOOM Juara Emas atau yang lebih dikenal dengan BOOM Esports adalah salah satu organisasi *esport* multinasional dan multi divisi di Indonesia yang memiliki jangkauan hingga ke Asia Tenggara. Dalam misinya, BOOM Esports menyatakan bahwa mereka akan selalu menemukan dan mendukung adanya talenta paling menjanjikan di dunia dengan manajemen profesional serta mencapai level tertinggi dalam *game* kompetitif (Boom Esports, 2024). Organisasi ini merupakan satu dari banyaknya organisasi atau perusahaan yang bergerak di industri *esport* di Indonesia. Dilansir dari laman Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Boom Esports masuk ke dalam lima tim *esport* terbaik di Indonesia yang mampu menghasilkan pendapatan sebesar 1,04 miliar dollar AS per tahun. Pencapaian yang diraih oleh Boom Esports ini juga dicapai oleh empat tim lainnya, yaitu EVOS Esports, ONIC Esports, Rex Regum Qeon (RRQ), dan Bigetron Esport yang juga mendapatkan *title* yang sama

(Kemenparekraf, 2021). Ketatnya persaingan industri *esport* baik di Indonesia maupun di tingkat dunia ini menunjukkan bahwa dibutuhkan adanya strategi yang baik dan kolaboratif bagi tim-tim *esport* profesional di Indonesia, tidak terkecuali bagi Boom Esports sekalipun.

Selain pencapaian di arena kompetisi, kesuksesan sebuah tim *esport* juga sangat dipengaruhi oleh tingkat *engagement* mereka dengan para penggemar dan calon penggemar. Dalam hal ini, tim *esport* seperti BOOM Esports tidak hanya mengandalkan prestasi di dalam permainan, tetapi juga membangun hubungan yang erat dengan komunitas melalui interaksi di media sosial, *live streaming*, dan berbagai kegiatan promosi lainnya. *Engagement* yang kuat ini berfungsi untuk meningkatkan loyalitas penggemar, memperluas jangkauan audiens, dan secara tidak langsung mendongkrak potensi pendapatan tim, baik melalui *sponsorship*, *merchandise*, maupun donasi dari penggemar. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan komunikasi yang efektif dengan fans menjadi salah satu faktor penting dalam kesuksesan jangka panjang di industri *esport*.

Dalam rangka mengoptimalkan strategi pengelolaan tim *esport*, langkah efektif yang perlu dilakukan adalah dengan memanfaatkan *digital marketing*. Strategi ini melibatkan aktivitas pemasaran yang memanfaatkan platform digital untuk menjangkau dan berinteraksi dengan penggemar atau calon penggemar melalui kanal digital. Pemanfaatan *digital marketing* dapat diimplementasikan melalui media sosial, *live streaming*, pembuatan konten video, serta kampanye interaktif. Objektif utama dari pemanfaatan pendekatan ini adalah untuk meningkatkan visibilitas merek tim, menarik perhatian audiens, dan membangun loyalitas penggemar melalui komunikasi yang konsisten. Pemanfaatan pendekatan digital marketing yang dikolaborasikan dengan teknologi internet serta perangkat digital dapat memaksimalkan potensi penyampaian pesan kepada jangkauan audiens yang lebih luas, dan khususnya dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan komunitas penggemar. Untuk mendukung hal tersebut, peran *social media specialist* sangat diperlukan untuk mendukung pemasaran di media sosial. Peran *social media specialist* meliputi pengelolaan akun media sosial klien,

pembuatan dan distribusi konten, interaksi dengan komunitas online, serta pengelolaan kampanye berbayar di berbagai platform media sosial. Untuk meng-*handle* hal ini, maka seorang *social media specialist* harus memiliki komunikasi yang baik, kemampuan manajemen sosial media, serta mampu melakukan strategi pemasaran berbasis data untuk mencapai hasil yang optimal.

Perkembangan teknologi yang semakin dinamis tentunya membuat sosial media menjadi kanal digital yang penggunaannya terus meningkat secara drastis, sehingga di mata perusahaan, sosial media merupakan alat yang efektif untuk mendorong keterlibatan pengguna (Pasaribu, 2023). Hal ini juga tentunya tidak lepas pada industri *esports*, dimana industri *esports* sangat bergantung pada audiens digital yang aktif di berbagai platform media sosial, sehingga peran *social media specialist* sangat krusial untuk membangun dan mempertahankan komunitas penggemar, memperkuat *branding*, serta meningkatkan *engagement* dengan audiens.

Menindaklanjuti pentingnya keberadaan *social media specialist*, khususnya *content planning* akan bermanfaat bagi Boom Esports untuk mencapai tujuan dan keberhasilan perusahaan. Pemilihan Boom Esports sebagai tempat magang oleh penulis juga didasarkan pada beberapa pertimbangan lainnya, yaitu: 1) Berdasar pada uraian terkait bagaimana perkembangan industri dunia *esport* di Indonesia yang sangat ketat tersebut, penulis meyakini bahwa Boom Esports sebagai salah satu organisasi *esport* profesional Indonesia dapat memberikan banyak ilmu baru yang nantinya akan bermanfaat bagi penulis khususnya yang berkaitan dengan kompetensi *social media specialist*; 2) Penulis meyakini bahwa keberadaan penulis sebagai salah satu pegawai magang pada divisi *Content Planner* mampu menjadi salah satu sarana bagi Boom Esports untuk memperoleh keuntungan baik berupa peningkatan *engagement* ataupun *branding* perusahaan; dan 3) Keberadaan penulis yang memiliki keterampilan pada *content planning* mampu membantu Boom Esports menyajikan konten-konten yang lebih variatif dan berbeda daripada konten-konten sebelumnya tanpa menghilangkan jati diri yang telah dibangun Boom Esports dimata penggemar. Berdasar pada

pertimbangan tersebut, maka besar harapan penulis untuk dapat mengimplementasikan sekaligus menyerap ilmu sebanyak-banyaknya dari para praktisi di Boom Esports sehingga dapat penulis terapkan di kemudian hari.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Tujuan yang hendak dicapai penulis dari pelaksanaan Praktik Kerja Magang adalah menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan bidang studi penulis yakni sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Diharapkan melalui pelaksanaan Praktik Kerja Magang ini penulis dapat menjalankan magang dengan baik berdasar pada saran, arahan, dan bimbingan dari para praktisi yang telah lebih dulu terjun dalam bidang tersebut. Penulis juga berharap pelaksanaan Praktik Kerja Magang ini dapat membantu penulis mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang penulis miliki berbekal dari perkuliahan dan melihat perbedaan kesenjangan yang ada antara teori yang didapatkan di bangku perkuliahan dengan teknis pekerjaan di lapangan. Selain itu, penulis berharap dengan Praktik Kerja Magang ini penulis akan mendapatkan banyak relasi baru yang berada pada bidang pekerjaan yang sama sehingga nantinya bermanfaat ketika penulis menulis portofolio dan *curriculum vitae* (CV) dengan kompetensi diri yang mumpuni sebagai pondasi ketika hendak bekerja pada bidang yang sama.

Berdasar pada uraian di atas, secara ringkas, maksud dan tujuan dari pelaksanaan proses kerja magang yang ingin dicapai penulis yaitu:

1. Menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan bidang studi Ilmu Komunikasi.
2. Memperoleh saran, arahan, dan bimbingan dari para praktisi yang telah lebih dulu terjun dalam bidang *social media specialist*.
3. Mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dari perkuliahan yang ditempuh, khususnya pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*.

4. Mendapatkan relasi baru sebagai pondasi ketika hendak bekerja pada bidang yang sama.

### **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan program kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara dibebankan secara wajib kepada mahasiswa sekurang-kurangnya 640 jam kerja dan 207 jam bimbingan bersama *advisor*. Kewajiban tersebut setara dengan 20 SKS sesuai dengan Panduan MBKM *Track 1* dan Panduan Program Studi. Proses kerja magang yang ditempuh penulis dilaksanakan pada 1 Maret 2024 hingga 31 Mei 2024. Penulis menyelesaikan proses magang sebagai *social media intern* di divisi *content planning*, bekerja di PT. BOOM Juara Emas (BOOM Esports) yang terletak di Jl. Keuangan I No. 4, RT.8/RW.5, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12430.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

##### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

Beberapa proses administrasi yang dilalui oleh penulis dalam melaksanakan prosedur administrasi magang Universitas Multimedia Nusantara, yaitu:

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh program studi Ilmu Komunikasi
- 2) Mengisi KRS *Internship Track 1* di [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id) dan melakukan *request* transkrip nilai pada gapura UMN ([gapura.umn.ac.id](http://gapura.umn.ac.id))
- 3) Mengajukan *form* KM-01 melalui *Google Form* yang disediakan sebagai sarana verifikasi tempat magang
- 4) Mendapatkan surat pernyataan penerimaan KM-02 melalui *e-mail student*

- 5) Melaksanakan registrasi magang MBKM *Track 1* pada *website* Merdeka UMN ([merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id))
- 6) Mengisi *Daily Task* atau *form* KM-03 pada *website* Merdeka UMN ([merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id))
- 7) Mengunduh *form* KM-03 (*Daily Task*), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk melengkapi dokumen laporan magang.

#### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

Proses pengajuan dan penerimaan tempat kerja magang ditempuh melalui beberapa prosedur, yaitu:

- 1) Mengirimkan *curriculum vitae* (CV) kepada pihak PT. BOOM Juara Emas (BOOM Esports) melalui email.
- 2) Menerima penerimaan praktek kerja magang di PT. BOOM Juara Emas melalui pesan *Whatsapp*.
- 3) Menandatangani kontrak kerja magang efektif di PT. BOOM Juara Emas (BOOM Esports).

#### **C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

Pelaksanaan proses Praktik Kerja Magang yang ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan Praktik Kerja Magang mulai 1 Maret 2024 pada PT. BOOM Juara Emas (Boom Esports) dengan posisi sebagai *Social Media Intern*.
- 2) Melakukan pendalaman informasi perusahaan dan penugasan yang diperlukan oleh Gilang Ahmad Riva'I selaku *supervisor* yang bertanggung jawab.

- 3) Mengisi daily task selama praktik kerja magang melalui *website* merdeka.umn.ac.id.

#### **D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang**

Pembuatan atau penyusunan laporan Praktik Kerja Magang ditempuh dengan beberapa tahap yaitu:

- 1) Menyusun laporan Praktik Kerja Magang yang dibimbing oleh Dr. Indiwan Seto Wahjuwibowo, M.Si., selaku dosen pembimbing melalui pertemuan tatap muka.
- 2) Menyerahkan laporan Praktik Kerja Magang dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Mengajukan laporan Praktik Kerja Magang yang telah disetujui oleh kepala program studi untuk selanjutnya melaksanakan proses sidang.