

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dilansir dari Liquipedia, PT. BOOM Juara Emas, yang lebih dikenal dengan nama BOOM Esports, beralamat di Jl. Keuangan I No.4, RT.8/RW.5, Cilandak Bar., Kec Cilandak, Jakarta Selatan, adalah salah satu organisasi esports terbesar di Indonesia. Didirikan pada tahun 2016, BOOM Esports berkembang pesat menjadi salah satu kekuatan dominan di industri esports Asia Tenggara, khususnya di Indonesia.

Awalnya, BOOM Esports dikenal karena prestasinya di game Dota 2. Tim BOOM Dota 2 yang pertama kali dibentuk berhasil meraih popularitas berkat kemampuan mereka bersaing di turnamen-turnamen besar internasional, seperti The International (TI) dan ESL One. Salah satu pencapaian signifikan adalah partisipasi mereka dalam berbagai turnamen internasional yang membawa nama Indonesia di kancah global. Seiring waktu, BOOM Esports tidak hanya berfokus pada Dota 2, tetapi juga melebarkan sayap ke berbagai game populer lainnya, termasuk Mobile Legends, PUBG Mobile, Valorant, dan Free Fire. Keberhasilan organisasi ini dalam mengembangkan tim di berbagai game kompetitif tersebut semakin memperkuat posisinya sebagai salah satu pemimpin di industri esports Indonesia dan Asia Tenggara.

BOOM Esports juga terkenal dengan upaya mereka dalam mengembangkan ekosistem esports yang lebih luas, yang mencakup pembinaan bakat muda, program pelatihan, serta kampanye branding yang inovatif. Mereka tidak hanya memprioritaskan prestasi tim, tetapi juga mengedepankan pembangunan komunitas yang kuat, termasuk melalui berbagai acara live streaming dan kolaborasi dengan merek ternama di industri teknologi dan hiburan.

Pada tahun 2021, BOOM Esports meraih kesuksesan besar dengan memenangkan berbagai turnamen internasional dan memperluas basis penggemar mereka melalui platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan YouTube.

Hal ini tidak hanya meningkatkan popularitas tim, tetapi juga mendatangkan lebih banyak sponsor, yang memungkinkan organisasi ini untuk terus berkembang dan memperkuat posisinya di pasar global.

2.1.1 Visi Misi

Merujuk pada laman resmi Boom Esports, PT. BOOM Juara Emas (Boom Esports) sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri *esports* profesional memiliki visi dan misi sebagai berikut:

A. Visi (Boom Esports Website, 2022)

Menjadi organisasi *esports* #1 di dunia yang mendominasi panggung *game* profesional internasional dengan inovasi, prestasi, dan semangat kompetitif.

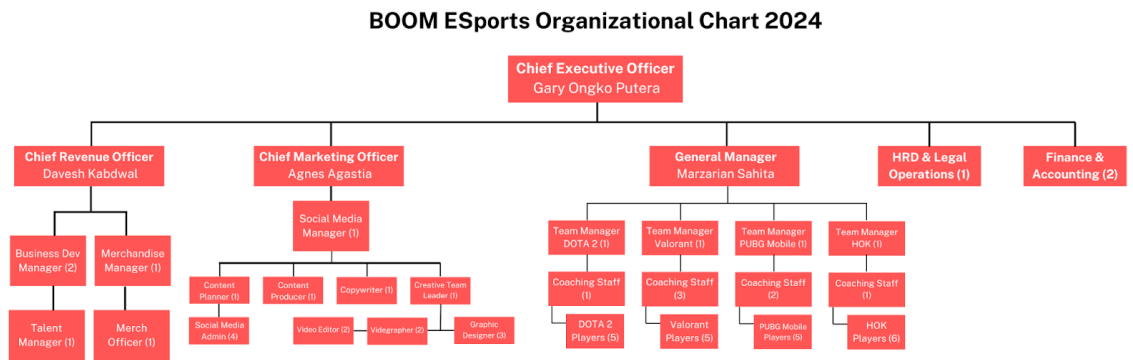
B. Misi (Boom Esports Website, 2022)

1. Mencari dan merekrut talenta *esports* berbakat dari seluruh dunia.
2. Memberikan dukungan profesional, fasilitas terbaik, dan peralatan canggih untuk pengembangan pemain.
3. Menciptakan atlet sejati dan juara dunia melalui manajemen yang strategis dan tepat.
4. Mengabadikan perjalanan pemain menuju kemenangan melalui konten kreatif yang inspiratif.
5. Mendorong batas kesuksesan tanpa henti dengan komitmen pada pengembangan talenta dan kemenangan global.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi diperlukan dalam upaya membantu perusahaan agar lebih mudah dalam membagi pekerjaan dengan *job desc nya* masing-masing di lingkungan perusahaan itu sendiri. Artinya, struktur organisasi perusahaan merupakan suatu sistem yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam mendefinisikan sistem kerja pada perusahaan terkait. Tindakan tersebut juga

terlihat dan diterapkan di PT. BOOM Juara Emas (Boom Esports) dengan gambaran struktur organisasi perusahaan sebagai berikut.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Boom Esports
Sumber: Data Perusahaan PT. Boom Juara Emas (2024)

Ditelaah dari Gambaran struktur organisasi perusahaan yang ditunjukkan oleh Boom Esports, dapat diketahui bahwa Boom Esports, sebagai salah satu organisasi esports terkemuka, memiliki struktur yang sangat terorganisir dan komprehensif. Terdapat *Chief Executive Officer* (CEO), Gary Ongko Putera, yang berada di puncak struktur organisasi tersebut dan bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen dan pengambilan keputusan strategis. CEO memiliki peran sentral dalam menetapkan arah dan visi organisasi, serta memastikan semua departemen bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. CEO berkoordinasi dengan tiga pejabat tinggi lainnya, yaitu *Chief Revenue Officer* (CRO), *Chief Marketing Officer* (CMO), dan *General Manager* (GM) dalam menjalankan tugasnya.

Chief Revenue Officer (CRO), Davesh Kabdwal, memegang peranan penting dalam mengembangkan bisnis dan meningkatkan pendapatan organisasi. Terdapat beberapa posisi kunci seperti *Business Development Manager*, *Merchandise Manager*, *Talent Manager*, dan *Merch Officer* di bawah CRO. *Business Development Manager* bertanggung jawab untuk mencari peluang bisnis baru dan menjalin kemitraan strategis. *Merchandise Manager*, bersama dengan *Merch Officer*, mengelola produk dan penjualan merchandise yang menjadi salah

satu sumber pendapatan organisasi. *Talent Manager* memiliki peran krusial dalam mencari dan mengelola bakat-bakat pemain yang akan memperkuat tim esports BOOM. Melalui kerjasama yang sinergis, tim di bawah CRO memastikan bahwa aspek bisnis organisasi berjalan dengan optimal dan berkelanjutan.

Chief Marketing Officer (CMO), Agnes Agastia, bertanggung jawab atas semua aktivitas pemasaran dan komunikasi. Terdapat *Social Media Manager*, *Content Planner*, *Content Producer*, *Copywriter*, *Creative Team Leader*, *Graphic Designer*, *Social Media Admin*, *Video Editor*, dan *Videographer* di bawah CMO. *Social Media Manager* mengelola strategi media sosial untuk meningkatkan eksposur dan keterlibatan dengan penggemar. *Content Planner* dan *Content Producer* bekerja sama untuk merencanakan dan menghasilkan konten yang menarik dan relevan. *Copywriter* menulis teks pemasaran dan konten kreatif yang mendukung kampanye pemasaran. *Creative Team Leader* memimpin tim kreatif yang terdiri dari *Graphic Designer*, *Social Media Admin*, *Video Editor*, dan *Videographer*. Tim ini bertugas untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan identitas *brand* Boom Esports.

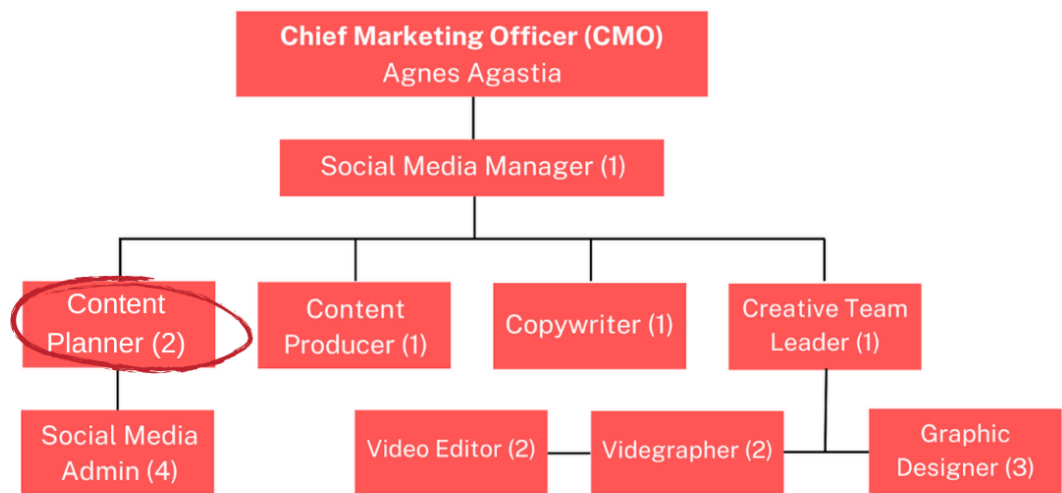
General Manager (GM), Marzarian Sahita, mengawasi operasional sehari-hari dari berbagai tim game yang dimiliki oleh Boom Esports. GM bekerja dengan beberapa *Team Manager* yang masing-masing mengelola tim DOTA 2, Valorant, PUBG Mobile, dan HOK. Setiap *Team Manager* bertanggung jawab atas manajemen tim, mulai dari latihan, strategi, hingga koordinasi dengan pelatih dan pemain. Selain itu, GM juga mengkoordinasikan tim pelatih untuk setiap game, memastikan bahwa pemain menerima bimbingan dan pelatihan yang diperlukan. Terdapat pula divisi HRD & *Legal Operations* yang menangani aspek sumber daya manusia dan hukum, serta divisi *Finance & Accounting* yang bertanggung jawab atas keuangan organisasi. Melalui struktur yang terperinci dan jelas ini, Boom Esports mampu menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien, serta terus berkembang di industri esports yang kompetitif.



Gambar 2.2 Logo Boom Esports

Sumber: Data Perusahaan PT. Boom Juara Emas (2024)

Berkaitan dengan posisi penulis sebagai pekerja magang *Social Media Intern* khususnya *content planning*, divisi yang berhubungan langsung dengan posisi magang tersebut adalah divisi Social Media yang berada di bawah *Chief Marketing Officer (CMO)* Agnes Agastia yang bertanggung jawab atas semua aktivitas pemasaran dan komunikasi. Adapun gambaran departemen yang berhubungan dengan divisi Social Media ditunjukkan pada gambar struktur berikut.



Gambar 2.3 Struktur Divisi *Social Media*

Sumber: Data Perusahaan PT. Boom Juara Emas (2024)

Ditinjau dari struktur divisi yang ditunjukkan pada Gambar 2.3, dapat diketahui bahwa divisi tempat penulis melaksanakan Praktik Kerja Magang memiliki beberapa *job desc* yang berkaitan dengan posisi *Marketing Communication*. Berikut diuraikan masing-masing *job desc* pada posisi tersebut yang berhubungan dengan Praktik Kerja Magang yang dilaksanakan oleh penulis.

A. *Marketing Communication*

Marketing Communication bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran yang efektif guna meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat target audiens (Castronovo & Huang, 2012). Mereka bekerja sama dengan tim pemasaran untuk merancang kampanye iklan, materi promosi, dan konten digital yang menarik. Selain itu, mereka mengelola saluran komunikasi perusahaan, termasuk media sosial, email, dan website, untuk memastikan pesan-pesan pemasaran disampaikan secara efektif. *Marketing Communication* juga

memantau dan menganalisis hasil kampanye untuk mengukur keberhasilan dan melakukan penyesuaian strategi bila diperlukan.

B. *Social Media Specialist*

Social Media Specialist bertugas mengelola dan mengembangkan strategi media sosial untuk meningkatkan eksposur dan interaksi Boom Esports dengan penggemar. Mereka merencanakan dan membuat konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan identitas merek untuk dipublikasikan di berbagai platform media sosial. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab untuk memantau dan menganalisis performa konten, serta mengelola interaksi dan umpan balik dari pengikut. *Social Media Specialist* bekerja erat dengan tim pemasaran dan kreatif untuk memastikan kampanye media sosial selaras dengan tujuan bisnis dan strategi komunikasi keseluruhan (Johnston & Rowney, 2020). Sebagai *Social Media Specialist*, penulis bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan akun media sosial Boom Esports di TikTok, Instagram, dan Twitter. Tugas utama mencakup perencanaan dan pembuatan konten yang kreatif dan menarik untuk meningkatkan interaksi dan jumlah pengikut di setiap platform. Penulis harus aktif memantau tren dan diskusi yang relevan, serta berinteraksi dengan pengikut untuk membangun komunitas yang kuat dan loyal.

C. *Content Planner*

Content Planner bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengkoordinasikan produksi konten yang akan dipublikasikan di berbagai saluran komunikasi. *Content Planner* bekerja sama dengan tim kreatif untuk mengembangkan kalender editorial yang mencakup berbagai jenis konten, seperti artikel, video, dan infografis. *Content Planner* juga melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi tren dan topik yang relevan dengan audiens target. *Content Planner* memastikan setiap konten yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi, sesuai dengan strategi pemasaran, dan mampu mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan (Kanuri et al.,

2018). Sebagai *Content Planner*, penulis bertugas merencanakan dan mengkoordinasikan produksi konten untuk berbagai platform media sosial. Penulis harus menyusun kalender editorial yang mencakup berbagai jenis konten sesuai dengan strategi pemasaran dan tujuan komunikasi Boom Esports. Selain itu, penulis juga harus berkolaborasi dengan tim kreatif untuk memastikan setiap konten diproduksi dan dipublikasikan sesuai jadwal.

D. *Content Producer*

Content Producer bertugas menghasilkan berbagai jenis konten kreatif untuk mendukung strategi pemasaran dan komunikasi Boom Esports. *Content Producer* mengelola proses produksi dari awal hingga akhir, termasuk penulisan naskah, pengambilan gambar, editing, dan distribusi konten (Bechmann & Lomborg, 2013). *Content Producer* bekerja sama dengan tim kreatif, seperti videografer, editor, dan desainer grafis, untuk memastikan setiap konten yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan sesuai dengan identitas merek. *Content Producer* juga bertanggung jawab untuk memantau dan mengevaluasi performa konten, serta melakukan penyesuaian bila diperlukan.

E. *Copywriter*

Copywriter bertanggung jawab menulis teks-teks kreatif dan persuasif untuk berbagai kebutuhan komunikasi dan pemasaran. *Copywriter* menghasilkan konten tulisan yang menarik untuk iklan, kampanye pemasaran, media sosial, *website*, dan materi promosi lainnya. *Copywriter* bekerja sama dengan tim pemasaran dan kreatif untuk memastikan pesan-pesan yang disampaikan konsisten dengan identitas merek dan mampu menarik perhatian audiens. *Copywriter* juga melakukan riset untuk memahami kebutuhan dan preferensi target pasar, serta mengadaptasi gaya penulisan sesuai dengan *platform* yang digunakan (Kartsivadze, 2022). Sebagai *Copywriter*, penulis ditugaskan menulis teks-teks kreatif dan persuasif untuk caption di Twitter dan Instagram. Penulis harus

memastikan bahwa setiap teks yang ditulis mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan engagement. Tugas ini memerlukan kreativitas tinggi dan pemahaman mendalam tentang audiens target serta *tone of voice* yang konsisten dengan identitas merek Boom Esports.

F. *Creative Team Leader*

Creative Team Leader bertanggung jawab memimpin tim kreatif dalam menghasilkan konten visual dan digital yang menarik dan inovatif. *Creative Team Leader* mengelola proyek-proyek kreatif dari konsep hingga eksekusi, memastikan setiap output sesuai dengan standar kualitas dan strategi pemasaran. *Creative Team Leader* bekerja erat dengan desainer grafis, videografer, editor video, dan *copywriter* untuk mengkoordinasikan dan mengarahkan pekerjaannya (Rickards & Moger, 2017). Selain itu, *Creative Team Leader* juga melakukan *review* dan memberikan masukan untuk memastikan setiap karya memenuhi ekspektasi dan tujuan perusahaan.

G. *Social Media Admin*

Social Media Admin bertugas mengelola akun media sosial organisasi, termasuk mempublikasikan konten, memantau aktivitas, dan berinteraksi dengan pengikut (Feeney & Porumbescu, 2021). *Social Media Admin* memastikan setiap postingan sesuai dengan kalender editorial dan strategi pemasaran yang telah ditetapkan. *Social Media Admin* juga bertanggung jawab untuk menangani pertanyaan, komentar, dan keluhan dari pengikut dengan cara yang profesional dan sesuai dengan citra perusahaan. *Social Media Admin* bekerja sama dengan tim media sosial lainnya untuk memastikan aktivitas media sosial berjalan lancar dan efektif dalam meningkatkan engagement dan loyalitas penggemar.

H. *Social Media Video Editor*

Social Media Video Editor bertanggung jawab untuk mengedit video yang akan dipublikasikan di berbagai *platform* media sosial. *Social Media Video Editor* mengolah rekaman mentah menjadi konten video yang menarik dan

sesuai dengan strategi pemasaran. Tugas mereka meliputi pemotongan dan penyusunan *footage*, penambahan efek visual dan audio, serta memastikan kualitas teknis video memenuhi standar (Siau et al., 2020). *Social Media Video Editor* bekerja sama dengan videografer dan tim kreatif lainnya untuk menghasilkan video yang sesuai dengan identitas merek dan dapat menarik perhatian audiens target.

I. *Social Media Videographer*

Social Media Videographer bertugas mengambil gambar dan merekam video yang akan digunakan untuk konten media sosial. *Social Media Videographer* merencanakan dan menjalankan sesi pengambilan gambar, memastikan setiap shot sesuai dengan konsep dan kebutuhan proyek. *Social Media Videographer* juga bertanggung jawab untuk mengatur pencahayaan, suara, dan komposisi gambar untuk menghasilkan *footage* berkualitas tinggi (Seregina, 2018). *Social Media Videographer* bekerja sama dengan editor video dan tim kreatif lainnya untuk memastikan setiap konten video memenuhi standar estetika dan teknis yang ditetapkan. Sebagai *Social Media Videographer*, penulis bertanggung jawab untuk mengambil gambar dan merekam video untuk *live streaming* dan Instagram *story*. Penulis harus memastikan setiap video yang diambil berkualitas tinggi dan sesuai dengan standar estetika Boom Esports. Selain itu, penulis juga harus berkolaborasi dengan tim kreatif lainnya untuk mengedit dan mempublikasikan video.

J. *Social Media Graphic Designer*

Social Media Graphic Designer bertanggung jawab untuk merancang dan membuat berbagai elemen visual yang akan dipublikasikan di media sosial. *Social Media Graphic Designer* menciptakan desain grafis yang menarik dan sesuai dengan identitas merek untuk mendukung kampanye pemasaran dan komunikasi (Mitrović et al., 2020). Tugas mereka meliputi pembuatan infografis, banner, ilustrasi, dan elemen visual lainnya yang

dapat meningkatkan *engagement* di media sosial. *Social Media Graphic Designer* bekerja erat dengan tim kreatif dan pemasaran untuk memastikan setiap desain selaras dengan strategi dan tujuan perusahaan.

