

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dengan upaya menjadi kompetitif dan menjadi *top of mind* diantara tim esport lain, maka setiap tahunnya Bigetron Esports tetap melakukan berbagai strategi komunikasi agar bisa tetap mempertahankan eksistensinya. Pemilihan strategi komunikasi yang cocok ditentukan dengan tetap memperhatikan audiens mereka. Melihat bagaimana audiensnya didominasi oleh remaja maupun anak dibawah umur, mereka mencari hal-hal yang menarik bagi audiensnya. Selain berbagi informasi terkait tim dan pemain dalam timnya untuk menarik minat dari audiens yang penasaran, mereka juga tetap menjaga kekuatan bersaing mereka dalam turnamen agar audiens yang sudah menjadi penggemar tidak kecewa dan bisa membanggakan timnya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan dan informan ahli, peneliti menemukan hasil bahwa dalam dunia Esports selain harus bisa menghibur dan juga mendidik, sebuah tim juga harus bisa membuat audiens atau penggemarnya merasa terlibat dalam perjalanan sebuah tim sampai bisa mengangkat piala. Dalam media sosial dari Bigetron Esports, peneliti sering sekali menemukan berbagai komentar dari penggemar Bigetron Esports tentang pendapat mereka kenapa Bigetron Esports bisa kalah atau pemain mana yang menurut mereka sedang bersinar. Tidak jarang juga mereka menggunakan fitur *direct message* untuk mengungkapkan saran mereka baik tentang susunan pemain dalam tim maupun tentang manajemen dalam tim yang bisa diperbaiki.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana dalam dunia esports, penggemarnya lama-lama jadi merasa memiliki dan juga peduli dengan perjalanan maupun hasil yang didapatkan oleh timnya. Ini juga yang membuat banyak dari penggemarnya akhirnya menjadi fans fanatik. Fans fanatik ini juga membantu dalam menyebarkan *brand awareness* dengan mengajak temannya untuk mendukung tim yang disukainya maupun mengajak temannya terlibat dalam komunitas yang diikuti para penggemar.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Peneliti berharap kedepannya terdapat penelitian serupa namun menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur tingkat keterlibatan para penggemar dengan tim Bigetron secara lebih rinci.
2. Peneliti juga berharap kedepannya penelitian serupa dapat dikerjakan melibatkan lebih dari 1 tim untuk mendapat data pembandingan antara 1 tim dengan yang lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

1. Menurut peneliti, Bigetron Esports dapat lebih meningkatkan *brand awareness*nya lagi jika mereka dapat menambah jumlah divisi yang mereka punya agar bisa mengambil penggemar dari gim lain.
2. Bigetron juga bisa meningkatkan lagi penggunaan fitur-fitur media sosial yang ada untuk membuat penggemar mereka lebih dekat lagi dengan timnya. Seperti fitur *live* yang dapat digunakan sehari-hari agar yang menunjukkan proses latihan maupun aktivitas sehari-hari para pemain agar mereka dapat merasa lebih dekat dan menjadi merek *top of mind* bagi para penggemarnya.