

BAB I

PENDAHULUAN

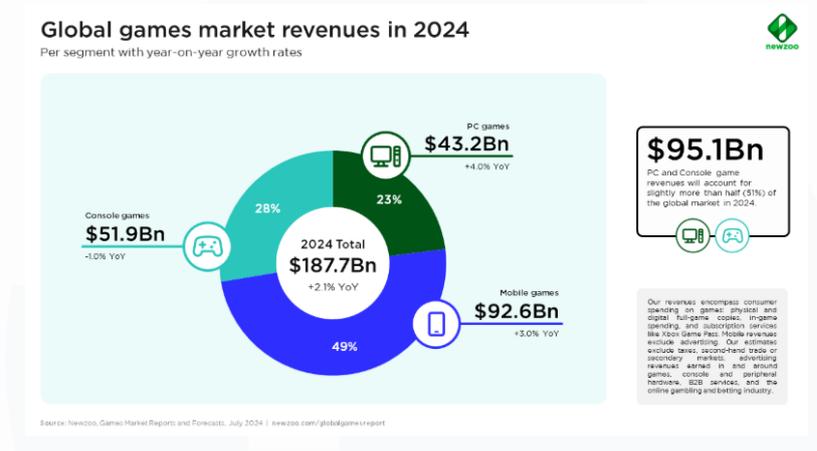
1.1. Latar Belakang

Saat ini, Indonesia tengah giat memajukan olahraga lokal dengan dukungan yang kuat dari pemerintah. Dalam upaya meningkatkan mutu sumber daya di bidang olahraga, pemerintah mulai mencari dan membina bakat-bakat muda melalui berbagai inisiatif, termasuk penyelenggaraan turnamen untuk menemukan atlet-atlet unggul yang dapat membawa nama baik Indonesia di kancah nasional maupun internasional. Upaya serupa juga dilakukan oleh banyak negara di dunia yang berkompetisi dalam pengembangan sektor olahraga. Belakangan ini, perhatian publik tertuju pada jenis olahraga yang tidak mengandalkan kekuatan fisik seperti olahraga tradisional, yaitu *E-Sports*—istilah yang merujuk pada permainan video secara kompetitif (Simamora et al., 2024).

E-Sports merupakan cabang olahraga modern yang secara resmi diakui pada tahun 2017. Olahraga ini memanfaatkan perkembangan teknologi digital sebagai sarana utama dalam pelaksanaannya, sehingga teknologi yang ada dapat dimanfaatkan secara optimal. *E-Sports* merujuk pada kompetisi permainan video yang melibatkan banyak pemain, umumnya dilakukan oleh para pemain profesional. Popularitas *E-Sports* yang tinggi di kalangan generasi muda menjadikannya sebagai salah satu bentuk olahraga kontemporer yang tengah berkembang pesat. Dalam beberapa tahun terakhir, *E-Sports* menjadi fenomena global yang menunjukkan pertumbuhan signifikan. Banyak pengembang permainan digital turut andil dalam memanfaatkan momentum ini sebagai strategi untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka, seperti pada permainan Dota, PUBG Mobile, dan Mobile Legends (Simamora et al., 2024).

Industri *E-Sports* memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2024 pendapatan global dari sektor *E-Sports*

mencapai sekitar US\$187 miliar. Nilai pasar *E-Sports* diperkirakan akan terus meningkat.



Gambar 1. 1 Nilai Pasar Game digital

Pasar game atau *Global games market* diperkirakan akan tumbuh sebesar +2,1% *year-on-year* hingga mencapai sekitar \$187,7 miliar. Hal tersebut menjadikannya salah satu pasar video *game* terbesar di kawasan Asia Pasifik. Wilayah Asia Pasifik dikenal sebagai pasar dengan pertumbuhan tercepat dalam industri *game* global, terutama karena besarnya jumlah pemain di negara-negara seperti Tiongkok dan India. Dengan angka-angka tersebut, perkembangan pesat industri *E-Sports* menjadi sesuatu yang sangat wajar (Kristiyanto dkk., 2022)

Pertumbuhan industri *E-Sports* di Indonesia mendapat dukungan positif dari pemerintah, yang ditunjukkan melalui berbagai inisiatif strategis. Salah satu bentuk dukungan tersebut adalah pembentukan Indonesia *E-Sports* Association (IeSPA) sebagai organisasi resmi yang mewadahi komunitas *E-Sports* di Indonesia. IeSPA berperan dalam membantu para pemain *video game* untuk mengembangkan kompetensi mereka di ranah kompetitif. Selain itu, sejumlah lembaga pemerintah juga mulai aktif dalam menginisiasi dan menyelenggarakan kompetisi *E-Sports*. Beberapa di antaranya termasuk Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora), Komite Olimpiade Indonesia (KOI), Federasi Olahraga Masyarakat Indonesia (FORMI), serta Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Dari kolaborasi lembaga-lembaga tersebut lahir berbagai turnamen, salah satunya adalah Piala Presiden *E-Sports*. Turnamen ini merupakan kompetisi *E-Sports*

berskala nasional yang pertama kali diselenggarakan pada tahun 2019, sebagai bagian dari upaya pemerintah dalam mendorong perkembangan dan profesionalisasi industri *E-Sports* di tanah air (Nurali et al., 2024).

Para pemain *game* di Indonesia dengan cepat menyambut perkembangan *E-Sports*, yaitu permainan video yang dilakukan secara kompetitif. Berbagai kompetisi *E-Sports*, baik tingkat nasional maupun internasional, terus mengalami pertumbuhan. Salah satu *game* yang mendorong kemajuan ini adalah Mobile Legends: Bang Bang, yang telah membantu membentuk ekosistem *E-Sports* di Indonesia. Kemudahan akses *game* melalui perangkat seluler membuat *E-Sports* dapat dinikmati oleh lebih banyak orang, termasuk mereka yang berasal dari berbagai latar belakang ekonomi. Hal ini menciptakan peluang yang lebih adil bagi siapa saja yang ingin menjadi pemain profesional. Saat ini, industri *E-Sports* di Indonesia semakin berkembang dan menyediakan berbagai kesempatan, tidak hanya bagi pemain, tetapi juga bagi pelatih dan pembuat konten. Pertumbuhan ini turut didukung oleh meningkatnya sponsor dan investasi. Turnamen besar seperti *Mobile Legends Professional League (MPL) Indonesia* berhasil menarik banyak penonton dan melahirkan bintang-bintang *E-Sports* di tingkat nasional (Edson & Mamanua, 2024)

Dalam mengelola komunitas penggemar *E-Sports*, terdapat sejumlah tantangan yang menuntut pemahaman dan penerapan strategi komunikasi yang efektif. Salah satu tantangan utama adalah menghadapi perilaku *toxic* di kalangan penggemar, seperti ujaran kebencian, provokasi, serta sikap tidak sportif yang dapat merusak citra tim atau penyelenggara turnamen. Perilaku semacam ini tidak hanya menciptakan lingkungan yang tidak kondusif, tetapi juga dapat berdampak negatif terhadap perkembangan komunitas secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang bijak dan terstruktur untuk membina sikap positif dan kolaboratif di antara para penggemar. Selain itu, tantangan lainnya adalah mengelola ekspektasi yang tinggi dari penggemar terhadap performa tim atau pemain favorit mereka, yang jika tidak ditangani dengan baik dapat memicu kekecewaan massal dan perpecahan dalam komunitas. Di sinilah pentingnya peran

ilmu komunikasi, khususnya dalam hal manajemen krisis, komunikasi digital, dan public relations, agar interaksi antara komunitas, tim, serta penyelenggara dapat berjalan harmonis dan profesional (Edson & Mamanua, 2024)

NAVI merupakan organisasi *E-Sports* profesional yang berasal dari Ukraina, didirikan pada tahun 2009. NAVI memiliki 6 divisi *games* yaitu *Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO)*, *Dota 2*, *PUBG Mobile*, *Rainbow Six Siege*, *Valorant*. Pada tahun 2010, NAVI berhasil meraih 12 medali, dengan 8 di antaranya adalah medali emas. Prestasi ini membuat mereka semakin dikenal dan memiliki banyak penggemar. Pada tahun 2011, turnamen *E-Sports* terbesar adalah *The International, Dota 2 Tournament* dengan hadiah utama sebesar \$1.000.000. Tim



Gambar 1. 2 Kemenangan NAVI di 2011

Sumber: Website resmi NAVI

NAVI diundang karena dianggap sebagai salah satu yang terbaik. Setelah lolos dari babak grup dengan mudah, mereka menang di babak playoff dan akhirnya mengalahkan tim favorit dari Tiongkok, EHOME, di final (Trushev, 2024).

Tahun 2012 menjadi tahun penting untuk tim NAVI di *game Counter-Strike*. Mereka masih menunjukkan permainan yang hebat dan beberapa kali meraih posisi juara dua. Namun, mereka akhirnya beralih ke *game* baru yaitu *Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO)* pada akhir tahun. Pada Juni 2013, NAVI membentuk tim *World of Tanks* dari pemain-pemain tim *The RED Rush*. Tim ini langsung meraih kemenangan di turnamen di Seattle pada bulan September. Di akhir tahun, NAVI juga menjadi juara dalam *ESL One: New York*. Di pertengahan tahun 2021, NAVI menjadi tim terbaik di dunia untuk *game CS:GO*. Mereka memenangkan banyak turnamen, termasuk *BLAST Premier: Global Final 2020* dengan hadiah \$600.000. Karena sering menang, NAVI mendapatkan penghargaan bergengsi *Intel Grand Slam*. Penghargaan ini diberikan kepada tim yang bisa menang di lebih dari 60% turnamen besar dalam waktu satu tahun. NAVI berhasil melakukannya dan mendapatkan hadiah tambahan sebesar \$1.000.000. Mereka juga melanjutkan kemenangan dengan menjuarai turnamen online *ESL Pro League Season 14* dan memenangkan hadiah sebesar \$200.000 (Trushev, 2024).



Gambar 1. 3 ESL Pro League Season 14
Sumber: Website resmi NAVI

Pada Februari 2025, NAVI mengumumkan divisi *game* barunya yaitu *Mobile Legends: Bang Bang* dengan mengakuisisi tim *E-Sports* sebelumnya. Sebuah organisasi *E-Sports* Indonesia yang telah berkompetisi di *Mobile Legends Professional League Indonesia (MPL ID)* sejak musim ke-8. Menurut Antara News Peran Community Associate..., Jessica Rachel, Universitas Multimedia Nusantara

(2025), "Akuisisi ini menandai langkah strategis NAVI untuk memperluas ekosistem *E-Sports* mereka ke wilayah Asia Tenggara, khususnya Indonesia." Divisi yang cukup berperan dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap NAVI adalah *Community Building*, karena dengan adanya komunitas dapat memberikan dampak pada penguatan ekosistem *E-Sports* di Indonesia (Trushev, 2024).

Penting bagi perusahaan *E-Sports* untuk memiliki komunitas selain untuk menjaga hubungan dengan audiens, kepentingan *branding* atau promosi, bisnis komersial, dan tentunya loyalitas jangka panjang. Komunitas bisa berfungsi sebagai media promosi dan mendukung program kegiatan yang dilakukan, lalu komunitas juga dapat meningkatkan *brand awareness* dengan begitu dapat meningkatkan citra perusahaan. Penulis tertarik untuk kerja magang di perusahaan NAVI, karena NAVI adalah salah satu perusahaan *E-Sports* terbesar di dunia. Sebelum menjadi NAVI tim ini juga menjadi salah satu tim besar di Indonesia. Hal tersebut menarik untuk bisa mendapatkan pengalaman serta cara pandang terhadap cara kerja atau aktivitas komunitas yang dilakukan oleh perusahaan ini. Selain itu peserta magang ingin mengetahui apakah aktivitas komunitas NAVI yang telah dilakukan memiliki pengaruh terhadap *brand awareness* perusahaan ini dan loyalitas jangka panjang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam rangka memenuhi kewajiban yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara kepada seluruh mahasiswa, penulis melaksanakan kegiatan magang sebagai sarana untuk merasakan langsung pengalaman kerja di dunia profesional. Program magang ini dilaksanakan oleh penulis di PT. Raga Bersama Indonesia (NAVI *E-Sports* ID) dengan penempatan pada divisi *Community Association Intern*. Kegiatan magang ini bertujuan untuk:

1. Mempelajari proses kerja pada posisi *Community Associate* di NAVI *E-Sports*. Terlibat secara langsung dalam operasional dan kegiatan divisi *Community Association*, hingga pelaksanaan program yang dijalankan oleh perusahaan.

2. Menerapkan pengetahuan dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam aktivitas nyata di lingkungan kerja profesional. Terutama pada mata kuliah *Community Relation and Engagement*.
3. Mempelajari hal-hal yang termasuk dengan soft skill seperti mengelola komunitas, berinteraksi secara langsung dengan komunitas, mengelola deadline penugasan, hingga penggunaan software (*Excel, Trello, Canva, Challenge*) untuk mengerjakan tugas yang diberikan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan praktek kerja magang yang penulis jalankan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Periode magang : 13 Januari 2025 – 13 Juni 2025
2. Jam kerja magang : Pukul 09:00 – 17:00
3. Hari Kerja : Senin – Jumat (WFO & WFH)
4. Tempat : PT. Raga Bersama Indonesia (NAVI *E-Sports* ID)
5. Penempatan : *Community Associate Intern*

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis tentunya diwajibkan untuk menaati peraturan yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara, diantaranya sebagai berikut:

1. Penulis menghadiri seminar pembekalan magang yang diadakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang menjabarkan kepada mahasiswa prosedur kerja magang dan proses administrasi kerja magang.
2. Penulis mengisi formulir untuk mengajukan kartu kerja magang (KM- 01). Lalu setelah disetujui oleh Ketua Program Studi dan Koordinator magang, penulis mendapatkan (KM- 02) yang akan diberikan kepada perusahaan dari kampus untuk melamar praktik kerja magang.

3. Penulis mulai melaksanakan praktik kerja magang di NAVI *E-Sports* ID sebagai *Community Associate Intern* pada divisi *Community Association* sejak tanggal 13 Januari 2025 – hingga 13 Juni 2025.
4. Pada saat kerja magang berlangsung, peserta magang juga membuat laporan kerja magang di NAVI *E-Sports* ID. Dalam laporan magang penulis menjelaskan proses kegiatan magang yang dijalankan selama waktu yang ditentukan.
5. Setelah laporan magang selesai disusun dan disetujui oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi serta Dosen Pembimbing, laporan akan dikumpul untuk mengajukan sidang magang yang menjadi prasyarat kelulusan mata kuliah Internship di Universitas Multimedia Nusantara.