

# **Strategi IeSPA (Indonesia Esports Association) dalam Mengkampanyekan Olahraga Elektronik (Esports) di Indonesia**

*Firdan Rastama Faherty*

## **Pendahuluan**

Ketika kita mendengar kata “permainan video” (*video game*), anggapan umum yang terbentuk adalah hal tersebut merupakan permainan, merupakan hiburan untuk ajang melepas penat. Ketika kemudian kita mendengar kata pelaku permainan video game (*gamer*), maka yang terlintas adalah orang yang sudah kecanduan permainan video sehingga rela menghabiskan seluruh uang dan waktunya di game center untuk bermain. Permainan juga “identik” dengan pengaruh negatif. Sebagai contoh, pemerintah kota Padang, Sumatera Barat sempat mewacanakan untuk memblokir game online, karena potensi negatif yang mungkin timbul (Setiawan, 2016).

Apakah video game hanya sekadar hiburan yang sekadar membuang waktu, menghabiskan uang, dapat menimbulkan kecanduan, sehingga akan dapat merugikan diri sendiri? Ternyata anggapan itu tidak sepenuhnya benar. Saat ini permainan video seperti League of Legends, Dota 2,

Heartstone, CS:GO (Counter Strike Global Offensive) dan sejenisnya telah diakui sebagai salah satu cabang olahraga, yang dikenal dengan istilah olahraga elektronik atau olahraga elektronik.

Sebagai catatan, penulis belum menemukan standar baku dalam penulisan esports (karena ada yang menuliskan e-Sports dengan tanda hubung, ada pula yang menuliskan olahraga elektronik), sehingga penulis memilih menggunakan frasa “olahraga elektronik”. Hal ini mengacu pada salah satu materi informasi di situsweb resmi IeSPA yang menggunakan frasa tersebut (lihat : <http://www.iespa.or.id/index.php/8-news/4-pelantikan-kepengurusan-iespa-provinsi-jawa-tengah>)

Keberadaan olahraga elektronik saat ini bukanlah hanya sebatas bermain game saja. Seorang gamer profesional dapat memberikan beberapa keuntungan baik dari segi materil, menambah pengalaman hingga keliling dunia untuk mengikuti turnamen-turnamen yang dilakukan diluar negeri dan juga bisa membawa nama negara untuk ajang kompetisi internasional.

Salah satu bentuk “pengakuan” dunia olahraga terhadap olahraga elektronik adalah masuknya cabang ini di nomor ekshibisi (tidak memperebutkan medali) di Asian Games 2018 Jakarta-Palembang. *Game* yang dipertandingkan adalah Arena of VALor (AoV), Clash Royale, League of Legends, Starcraft II, Hearthstone, dan Pro Evolution Soccer (PES) 2018. Menurut rencana, olahraga elektronik juga akan digelar di SEA Games 2019 Filipina (Galih, 2018)

Contoh lain, klub sepakbola asal Inggris, Manchester City, telah memiliki tim olahraga elektronik. Pada tahun 2016, klub berjuduk The Citizens ini merekrut pemuda berusia 18 tahun untuk menjadi pemain olahraga elektronik divisi FIFA (Yulianson, 2017). Media olahraga ESPN juga telah mengembangkan portal resmi olahraga elektronik di website mereka sejak tahun 2015. Materi olahraga elektronik di ESPN baru terfokus pada beberapa judul game, yaitu League of Legends, Dota 2, Heartstone dan CS:GO (Counter Strike Global Offensive) (<https://dailysocial.id/post/espn-luncurkan-portal-resmi-e-Sports>, diakses 1 April 2018)

Sebelum masuk ke dalam cabang olahraga, pihak-pihak pengembang permainan video juga telah menyelenggarakan turnamen olahraga elektronik. Beberapa perusahaan game dunia pun juga mulai meningkatkan kualitas turnamen olahraga elektronik tiap tahunnya baik itu total hadiah yang meningkat ataupun pelaksanaan turnamen itu sendiri yang lebih terstruktur.

Turnamen – turnamen olahraga elektronik dunia pun semakin banyak peminatnya dan penonton yang menonton turnamen tersebut, para *gamers* yang menyaksikan langsung turnamen tersebut ataupun juga menyaksikan turnamen tersebut lewat live streaming via youtube dan twitch. Saat ini pun para professional gamers dunia pun sudah banyak yang memanfaatkan beberapa situs streaming seperti YouTube dan Twitch, dan banyak *gamers* yang melihat langsung bagaimana cara permainan dari professional gamers dunia.

Olahraga elektronik saat ini menjadi salah satu industri yang menjanjikan, pasalnya banyaknya penonton dalam satu turnamen olahraga elektronik membuktikan bahwa olahraga elektronik bisa memberikan keuntungan tersendiri oleh beberapa pihak, masuknya sponsor – sponsor dalam satu turnamen olahraga elektronik sudah membuktikan bahwa olahraga elektronik di zaman sekarang bisa menjadi industri yang menjanjikan dan para gamers yang serius menekuni di bidang olahraga elektronik tentu akan dapat memberikan keuntungan tersendiri.

Banyaknya turnamen-turnament olahraga elektronik juga membuktikan bahwa olahraga elektronik semakin besar seiring waktu. Salah satunya turnamen yakni The International, turnamen terbesar di Dota 2 dan juga paling bergengsi di dunia. Pada kompetisi tahun 2017, total hadiah uang yang terkumpul telah mencapai angka 20.773.957 dollar AS atau sekitar Rp 277 miliar. Angka tersebut merupakan rekor baru bagi pertandingan ini. Jumlah tersebut telah melampaui total hadiah dari The International tahun lalu. Kala itu, hadiah yang tersedia mencapai 20.770.460 dollar AS (Deliusno, 2017).

Bagaimana dengan di Indonesia? Di Indonesia keberadaan olahraga elektronik awalnya hanya dirasakan oleh para pelaku dari eSport dan juga para penggemar olahraga elektronik itu sendiri, di Indonesia awal

perkembangan olahraga elektronik dimulai dari turnamen – turnamen kecil di warnet – warnet yang berhadiah jutaan rupiah hingga saat ini turnamen yang memiliki total hadiah hingga milyaran rupiah, dari yang awalnya turnamen yang bersifat lokal hingga turnamen yang memiliki skala nasional, dari yang awalnya di Indonesia hanya mempunyai sedikit team olahraga elektronik. Saat ini di Indonesia sendiri sudah mempunyai beberapa team besar olahraga elektronik di Indonesia seperti Boom ID, Evos, RRQ, Nxl, dan masih banyak team yang lainnya yang sudah memiliki prestasi di Indonesia hingga di skala Internasional. Di tahun 2018 Indonesia menempati urutan ke 17 yang memiliki 82 juta pemain game yang menghabiskan 1,130 juta dolar untuk bermain game. (<https://newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues>, akses 7 Juni 2018).

Turnamen olahraga elektronik di Indonesia berlangsung secara rutin di setiap tahun, baik itu untuk level nasional mau pun internasional. Para publisher game yang ada di Indonesia juga mempunyai event tahunan yang dapat diikuti oleh semua team olahraga elektronik yang ada di Indonesia, event yang diadakan juga menarik beberapa gamers yang ada pasalnya hadiah yang diberikan bisa dibidang cukup menarik perhatian oleh gamers.

Salah satunya yaitu turnamen nasional Point Blank National Competition. Turnamen ini digelar oleh *publisher game* PT Garena Indonesia. Format kompetisi turnamen ini dilaksanakan di beberapa kota yang ada di Indonesia dan team yang menjuarai di tingkat daerah berhak maju ke babak selanjutnya dan akan bertanding dengan para juara daerah lainnya, pemenang dari PBNC ini akan diikutsertakan di tingkat international yaitu PBIC (Point Blank International Competition) dan akan membawa nama Indonesia untuk bertanding di ajang International. Di tahun 2015 PBNC menawarkan total hadiah sebesar Rp 3 miliar kepada para pemenang. Angka ini menjadikan PNBC sebagai turnamen olahraga elektronik dengan hadiah terbesar di Indonesia (Priyatno, 2017).

Berkembangnya olahraga elektronik di Indonesia memberikan kesempatan bagi para pelaku olahraga elektronik di tanah air untuk dapat menunjukkan kemampuannya baik di tingkat nasional bahkan hingga internasional, dengan mengikuti beberapa turnamen di tingkat international membuktikan bahwa team – team olahraga elektronik yang

ada di Indonesia sebenarnya bisa bersaing di tingkat international, contohnya saja salah satu team asal Indonesia yaitu nxl yang bisa dibilang salah satu team olahraga elektronik asal Indonesia yang paling sukses, team nxl yang bermain di divisi CS:GO (Counter Strike Global Offensive) sudah banyak menjuarai beberapa turnamen baik itu tingkat nasional ataupun international. Di tahun 2015 nxl menjuarai BenQ CS:GO Asia Cup 2015 di Malaysia, kemenangan yang diraih team nxl ini patut membuat Indonesia bangga pasalnya nxl satu-satunya team dari Indonesia yang menjadi juara tournament 2 tahun berturut – turut dan menjadi raja untuk di tingkat Asia. Dengan adanya team dari Indonesia yang berhasil di tingkat International akan membuat team olahraga elektronik Indonesia akan dipandang dunia sebagai salah satu pesaing di dunia olahraga elektronik. ([www.teamnsl.com/news/teamnsl-juara-benq-csgo-asia-cup-2015](http://www.teamnsl.com/news/teamnsl-juara-benq-csgo-asia-cup-2015) akses 4 April 2018).

Keberadaan turnamen secara rutin, banyaknya pemain olahraga elektronik, dukungan dari publisher game, dan dalam perkembangan selanjutnya olahraga elektronik mendapat “pengakuan” dari pemerintah Indonesia. Pada 1 April 2013 berdiri organisasi bernama Indonesia olahraga elektronik Association (IeSPA), di bawah perlindungan Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) dan FORMI (Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia sebagai pembina, dan IeSPA juga merupakan anggota dari IeSF (International olahraga elektronik Federation). Sebagai tempat untuk gamers yang resmi dari pemerintah membantu para gamers untuk membantu memajukan olahraga elektronik di Indonesia”. (<http://www.iespa.or.id/about.html> akses 4 April 2018)

IeSPA sebagai asosiasi resmi olahraga elektronik di Indonesia berperan untuk menjadi jembatan antara komunitas gaming di Indonesia dengan pemerintah, karena pada dasarnya olahraga elektronik di Indonesia berkembang berasal dari komunitas gaming di Indonesia itu sendiri. Selain itu juga menjalin hubungan dengan komunitas gaming IeSPA, bertugas untuk memberikan pemahaman yang benar tentang olahraga elektronik kepada masyarakat umum di Indonesia yang masih belum mengetahui apa itu olahraga elektronik, dan juga bertugas untuk meregulasi keberadaan olahraga elektronik di Indonesia tentunya sebagai cabang olahraga baru diperlukan organisasi resmi dari pemerintah untuk mengatur olahraga

elektronik di Indonesia agar perkembangannya dapat diarahkan dengan benar. Di Asian Games 2018 IeSPA bertugas untuk menyeleksi pemain yang akan bertanding di pertandingan eksibisi, dalam menyeleksi pemain yang akan bertanding IeSPA menyeleksi dari beberapa atlet berbakat di seluruh kota di Indonesia untuk beberapa cabang yang dipertandingkan di Asian Games 2018.

Fokus penelitian ini adalah bagaimana IeSPA mengkampanyekan olahraga elektronik di Indonesia. Titik berangkat dari fokus ini adalah peran IeSPA berupa “bertugas untuk memberikan pemahaman yang benar tentang olahraga elektronik kepada masyarakat umum di Indonesia”.

Harus diakui, olahraga elektronik merupakan hal baru di Indonesia. Persepsi mengenai gamer, video game, membuat pemahaman orang awam akan olahraga elektronik tidak jauh beda dengan “sekadar permainan video pada umumnya”. Oleh karenanya, IeSPA perlu melakukan aktivitas kampanye mengenai olahraga elektronik.

## **Tinjauan Pustaka**

### **1. Mengkampanyekan Olahraga**

Penulis akan memaparkan rangkuman dari sejumlah penelitian dengan tema “mengkampanyekan olahraga yang masih baru kepada masyarakat”. Berkaitan dengan olahraga elektronik, penelusuran penulis baru menemukan satu penelitian yang membahas mengenai sosialisasi dengan target audiens atlet olahraga elektronik. Hal yang disosialisasikan adalah tentang hal-hal yang harus diperhatikan atlet olahraga elektronik guna meningkatkan kemampuan mereka, mulai dari teknik bermain secara individual, kemampuan bekerjasama, dan kualitas dari alat-alat (seperti *keyboard*, *mouse*, *mousepad*, dan *headset*). Pelatihan atlet olahraga elektronik oleh IeSPA juga diharapkan dapat mempersiapkan para atlet untuk berlaga di turnamen olahraga elektronik internasional (Fajri, 2016).

Berkaitan dengan olahraga yang masih baru, penelitian Kartika (2015) membahas strategi kampanye olahraga freelatics di kota Bandung, Jawa Barat. Freeletics merupakan masih terbilang olahraga yang baru di Indonesia, freeletics adalah olahraga fisik, berintensitas tinggi serta dapat

dilakukan dimana saja. Kampanye dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi mobile sebagai media utama untuk menyampaikan kampanye, kampanye ini diharapkan dapat menjadi awal dari efek jangka panjang pada masyarakat untuk lebih peduli kepada kesehatan.

Dua penelitian adalah membahas bagaimana meningkatkan citra olahraga di mata masyarakat. Perbedaannya, olahraga yang dibahas sudah cukup familiar. Penelitian Putra dan Tirtawidjaja (2012) membahas kampanye sosial mendorong kecintaan remaja terhadap bulutangkis Indonesia. Titik berangkat penelitian adalah prestasi bulutangkis Indonesia yang menurun berbanding lurus dengan apresiasi masyarakat terhadap olahraga tersebut. Kampanye ini melibatkan para remaja khususnya siswa SMA.

Sedangkan Maulidika dan Waspada (2014) membahas bagaimana memperbaiki citra olahraga biliar di mata masyarakat Indonesia. Meski sering mendulang medali di kejuaraan multicabang, namun masyarakat Indonesia masih memandang biliar sebelah mata. Strategi kampanye yang dilakukan lebih difokuskan pada pendidikan di sekolah bahwa olahraga biliar dapat mengangkat reputasi Indonesia di kancah internasional.

## **2. Kampanye Humas**

Kampanye merupakan salah satu kegiatan yang berada dalam lingkup kegiatan kehumasan, kampanye digunakan sebagai untuk membantu perusahaan mencapai tujuan untuk membuat khalayak umum dapat mengerti terhadap pesan-pesan yang disampaikan melalui kampanye tersebut. (Ruslan, 2013:63).

Menurut Gregory (2004: 78) terdapat tiga level dalam tujuan kampanye. Level pertama yakni membentuk kesadaran target publik, dengan capaian berupa target publik memahami terhadap pesan yang disampaikan melalui kampanye. Level kedua, setelah target publik memiliki pengetahuan, kemudian pesan kampanye tersebut dapat membentuk sikap dan opini publik. Level ketiga adalah publik bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan sesuai tujuan kampanye.

Contoh sederhananya, sebuah organisasi hendak mengkampanyekan tentang kejuaraan olahraga untuk orang berkebutuhan khusus

(penyandang difabel), dengan target publik adalah masyarakat umum. Tujuan level pertama adalah masyarakat umum mengetahui misalkan tentang cabang-cabang olahraga yang dipertandingkan, nama-nama atlet yang bertanding, aturan di setiap cabang olahraga, dan sebagainya. Tujuan level kedua adalah masyarakat mulai bersimpati pada perjuangan para atlet difabel dalam meraih hasil terbaik. Tujuan level ketiga adalah masyarakat datang langsung ke tempat pertandingan menyaksikan kejuaraan olahraga untuk difabel

### **3. Khalayak Sasaran dalam Kegiatan Kampanye**

Dalam pelaksanaan program kampanye seorang public relations penting untuk menjalin hubungan dengan berbagai pihak eksternal misalnya dengan media massa, pemerintah, komunitas dan dengan khalayak sasaran yang menjadi sasaran dari kampanye public relation. Beard (2004:118) mengatakan kegiatan hubungan dengan pihak eksternal yang dilakukan oleh public relations yaitu:

#### a. Hubungan dengan Komunitas (*community relations*)

Komunitas merupakan publik yang penting bagi sebuah organisasi. Dukungan dari komunitas dapat mempermudah aktivitas kampanye public relations. Menurut Moore (2002: 19) guna mendukung kegiatan hubungan dengan komunitas dan dapat membentuk relasi yang baik, organisasi perlu mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan dari komunitas tersebut dan hal-hal apa yang kemudian menjadi hambatan dalam pemenuhan kebutuhan itu. Dalam aktivitasnya, organisasi dapat berbagi peralatan, fasilitas, dan keahlian profesional kepada komunitas, memberi pelatihan, konsultasi, dan mendorong komunitas untuk terlibat aktif.

#### b. Hubungan dengan media massa dan pers (*media & press relations*)

Media massa (dan pers) merupakan komponen penting dalam aktivitas kehumasan, termasuk di antaranya kegiatan kampanye. Ini karena media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat. Apabila kampanye sebuah organisasi diberitakan secara



positif oleh media massa, maka masyarakat akan memandang kegiatan itu positif. Begitu pula sebaliknya.

Soemirat dan Ardianto (2016: 128) menyebutkan dalam upaya membina hubungan pers, maka seorang public relations perlu melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan pers antara lain melakukan konferensi pers untuk mempermudah pesan yang ingin disampaikan dalam program kampanye public relations, press briefing untuk menyampaikan informasi kegiatan yang akan dilakukan, membuat press release sebagai publisitas media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan untuk memberikan informasi, dan yang terakhir membuat special event yang dapat menarik minat berbagai kalangan khususnya khalayak sasaran dari program kampanye yang dilakukan.

c. Hubungan dengan pemerintah

Menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah merupakan salah satu yang terpenting bagi perusahaan, komunikasi yang baik antar perusahaan dengan pemerintah dapat memberikan beberapa kemudahan bagi perusahaan itu sendiri. Hubungan dengan pemerintah pada intinya merupakan upaya membentuk dan mengembangkan saling pengertian, pemahaman akses dan dukungan optimal serta kerjasama dari pemerintah.

Menurut Anggoro dan Estu (2002 : 130) bentuk hubungan dengan pemerintah yang dapat dilakukan, di antaranya mensponsori kegiatan baik dalam konteks nasional atau internasional dalam rangka mengharumkan nama bangsa, mengundang pejabat pemerintah dalam acara perusahaan, melakukan kegiatan lobi secara baik dengan pihak pemerintah untuk memperlancar kegiatan perusahaan, hingga hal-hal yang bersifat informal seperti mengirimkan souvenir bagi instansi pemerintah terakit.

#### **4. Pemanfaatan Media Berbasis Internet dalam Kampanye Kehumasan**

Aktivitas kehumasan di era digital tidak boleh melupakan keterlibatan media berbasis internet, yakni website dan media sosial.

Pasalnya media berbasis internet menawarkan sejumlah keuntungan bagi aktivitas kehumasan. Menurut Soemirat dan Ardianto (2016: 194), melalui internet praktisi *public relations* dapat menghemat waktu dan biaya, informasi cepat sampai pada publik, internet dapat berfungsi sebagai iklan, media, alat marketing, sarana, siapapun dapat mengakses internet dan yang terakhir internet dapat membuka kesempatan melakukan hubungan komunikasi dalam bidang pemasaran secara langsung.

Pemanfaatan internet menuntut adaptasi dari humas. Humas dituntut membuat informasi yang dapat dipahami dan diakses oleh khalayak luas. Akses publik ke website resmi organisasi harus dibuat lebih mudah, lebih simple. Selain itu humas juga dapat melakukan komunikasi dua arah dengan publik melalui *mailing list* (Soemirat dan Ardianto, 2016: 192), atau di era sekarang menggunakan akun-akun media sosial seperti Twitter atau Facebook.

Dengan pemanfaatan internet hubungan antara suatu perusahaan dengan komunitas dapat berjalan dengan baik dan bisa mendapatkan timbal balik antara komunitas dengan perusahaan dan sebaliknya.

Penggunaan website ataupun media sosial dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak dapat mempercepat proses komunikasi antara perusahaan dengan pihak eksternal, dengan menampilkan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan di website baik media sosial publik dapat menilai dan juga dapat memberikan respons terhadap kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan tersebut.

## **Pembahasan**

Tulisan ini menggunakan data penelitian yang bersumber dari wawancara langsung dengan pengurus pusat IeSPA. Wawancara dilakukan secara tatap muka dan juga menggunakan surat elektronik guna melengkapi informasi. Narasumber dari pengurus IeSPA adalah Prana Adisapoetra selaku Sekretaris Jenderal IeSPA dan William Tjahyadi selaku wakil Ketua Umum IeSPA. Wawancara dilakukan dalam dua kesempatan berbeda yakni tanggal 28 Desember 2017 dan 26 Januari 2018.

Untuk mendukung data penelitian ini penulis juga mengambil beberapa data dari beberapa media yaitu Kotakgame, GameQQ, Ligagame,

dan Metrotvnews yang merupakan media partner dari IeSPA (Indonesia olahraga elektronik Association)

Pada bab ini membahas tentang kegiatan kampanye yang dilakukan oleh IeSPA untuk mengkampanyekan Olahraga elektronik di Indonesia. Disini penulis akan membahas tentang gambaran umum mengenai kegiatan kampanye IeSPA, aktivitas kehumasan IeSPA untuk mencapai target publik yakni media massa, komunitas, dan pemerintah, serta pemanfaatan media berbasis internet resmi milik IeSPA.

### **1. Gambaran Umum Kegiatan Kampanye IeSPA**

Di Indonesia, olahraga elektronik merupakan hal yang baru bagi sebagian masyarakat dan bahkan beberapa dari masyarakat bahkan tidak mengetahui apa itu yang dimaksud olahraga elektronik. Menurut IeSPA terdapat beberapa kategori, yang pertama adalah masyarakat umum, dan kategori kedua adalah orang – orang yang memang sudah mengetahui olahraga elektronik. Orang yang sudah mengetahui olahraga elektronik ini sendiri terdiri dari dua kategori, yakni orang yang profesional di bidang tersebut atau sekadar penikmat

Sebagai penikmat olahraga elektronik tentunya pandangannya berbeda dengan orang yang sudah bekerja di dunia olahraga elektronik, bagi sebagian penikmat olahraga elektronik memiliki pandangan bahwa olahraga elektronik merupakan kegiatan yang hanya bermain game dan di bayar, sebenarnya jika dilihat lebih luas lagi di olahraga elektronik terdapat industri yang besar dibelakangnya orang – orang yang bekerja di dunia olahraga elektronik tidak hanya menjadi atlet olahraga elektronik yang dibayar untuk bermain game, orang yang gemar bermain game tentunya berbeda dengan atlet olahraga elektronik --yang memiliki kemampuan atau *skills* di atas rata – rata para pemain game, dan para atlet olahraga elektronik tentunya memiliki pelatihan yang *intens* dan koordinasi yang baik dengan team yang pastinya membutuhkan kerjasama yang baik antar team. Di dalam dunia olahraga elektronik tidak hanya sebatas atlet olahraga elektronik saja, ada berbagai peluang yang bisa dijadikan pekerjaan mulai dari *shoutcaster*, analisis pertandingan, ataupun orang – orang di belakang panggung turnamen olahraga elektronik.

Selain melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum yang belum mengetahui Olahraga elektronik, IeSPA perlu melakukan sosialisasi juga kepada para penikmat Olahraga elektronik karena sebagian pandangan dari penikmat Olahraga elektronik adalah Olahraga elektronik merupakan kegiatan yang bermain game dan dibayar, IeSPA juga perlu merubah pandangan tersebut agar para penikmat Olahraga elektronik memiliki pandangan yang luas terhadap Olahraga elektronik itu sendiri.

Dalam menetapkan tujuannya untuk mengkampanyekan Olahraga elektronik di Indonesia IeSPA memiliki tujuan yang ingin dicapai yaitu merubah pandangan masyarakat umum yang masih awam tentang Olahraga elektronik dan meregulasi Olahraga elektronik di Indonesia.

Anne Gregory (dalam Ruslan, 2013: 99) menyatakan “Terdapat beberapa tujuan utama kampanye yaitu dimulai dengan tujuan public relations, perusahaan, tujuan khusus, apa yang ingin dicapai, dan membuat daftar prioritas kampanye”. Jika dilihat dari teori tersebut untuk tujuan public relations IeSPA memiliki tujuan yaitu untuk merubah pandangan masyarakat umum tentang Olahraga elektronik melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh IeSPA, seperti yang sudah disebutkan sebelumnya untuk merubah pandangan tentang Olahraga elektronik bukan hanya dari masyarakat umum saja IeSPA juga perlu merubah pandangan Olahraga elektronik bagi para penikmat Olahraga elektronik agar para penikmat Olahraga elektronik mengerti dan paham bagaimana dunia Olahraga elektronik itu sebenarnya.

Untuk tujuan perusahaan IeSPA yaitu tujuan utama dari IeSPA itu sendiri yaitu meregulasi olahraga elektronik di Indonesia, IeSPA sebagai asosiasi resmi di bawah Kementrian Pemuda dan Olahraga IeSPA dibentuk untuk meregulasi olahraga elektronik di Indonesia saat ini olahraga elektronik sudah di kategorikan menjadi cabang olahraga dan juga sudah masuk sebagai cabang olahraga yang dipertandingkan dalam Olimpiade maka dari itu IeSPA sebagai asosiasi resmi dari pemerintah diharapkan dapat meregulasi olahraga elektronik serta dapat membina hubungan yang baik dengan beberapa pihak yang terkait dengan olahraga elektronik contohnya komunitas gaming yang ada di Indonesia , perusahaan *game* di Indonesia, media – media yang ada agar olahraga elektronik dapat diketahui oleh masyarakat luas, jika berdasarkan teori tersebut di atas

IeSPA perlu membuat tujuan prioritas baik itu meregulasi olahraga elektronik ataupun memberikan pengetahuan tentang Olahraga elektronik kepada masyarakat umum agar dalam setiap tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaannya bisa maksimal.

## **2. Aktivitas Hubungan Media IeSPA**

Dalam menjalin hubungan dengan media massa, IeSPA menjalin hubungan dengan beberapa media yang bekerja sama dengan IeSPA baik itu memberitakan tentang IeSPA itu sendiri ataupun memuat berita seputar Olahraga elektronik. IeSPA menjalin hubungan dengan beberapa media yang berbasis internet seperti, Ligagame, Kotakgame, GameQQ, dan juga IeSPA menjalin hubungan dengan Metrotvnews.

Menurut Beard (2004:118) Menjalin hubungan dengan media adalah alat untuk mendukung semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan menjaga hubungan baik dengan media, perusahaan dapat mengurangi dampak berita – berita negatif tentang perusahaan.

IeSPA mempunyai beberapa media parnter, yaitu Ligagame, Kotakgame, GameQQ, dan juga Metrotvnews. Beberapa media partner tersebut juga ikut mengkampanyekan Olahraga elektronik di Indonesia dengan memberitakan tentang Olahraga elektronik atau pemberitaan mengenai IeSPA itu sendiri

Dari kegiatan – kegiatan yang dibuat oleh IeSPA untuk membina hubungan dengan pers ini akan memiliki dampak hubungan yang lebih baik lagi antara IeSPA dengan media – media dan juga membuat media – media partner dari IeSPA juga ikut mengkampanyekan Olahraga elektronik di Indonesia dengan memberitakan informasi – informasi seputar Olahraga elektronik

## **3. Aktivitas IeSPA dalam Menjalin Hubungan dengan Komunitas Gamer**

Dalam menentukan khalayak sarasannya IeSPA memprioritaskan masyarakat umum sebagai sasaran utama dalam mengkampanyekan Olahraga elektronik di Indonesia, masyarakat umum yang masih awam

tentang Olahraga elektronik menjadi fokus IeSPA untuk mensosialisasikan Olahraga elektronik agar masyarakat umum mengerti apa itu Olahraga elektronik dan apa saja yang didapatkan dari Olahraga elektronik, selain masyarakat umum pemerintah juga menjadi khalayak sasaran IeSPA untuk mengkampanyekan Olahraga elektronik di Indonesia, sebagai sasaran khalayak pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan penuh kepada Olahraga elektronik di Indonesia, dan tentunya komunitas juga menjadi bagian dari khalayak sasaran dari IeSPA agar komunitas memahami apa itu Olahraga elektronik sebenarnya dan juga ikut mengkampanyekan Olahraga elektronik di Indonesia.

Dalam menjalin hubungan dengan komunitas, bentuk hubungan yang dilakukan antara IeSPA dengan komunitas adalah dengan memberikan dukungan kepada komunitas yang ingin membuat sebuah event ataupun turnamen yang berkaitan dengan Olahraga elektronik, sebaliknya IeSPA juga mengundang komunitas jika IeSPA membuat sebuah event atau turnamen Olahraga elektronik

Menurut Beard (2004:118) Membina hubungan dengan komunitas merupakan salah cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk dapat lebih mengenal dan menjalin hubungan yang baik dengan komunitas yang terkait dengan perusahaan itu dengan menjalin hubungan yang baik dengan komunitas akan mendapatkan timbal balik juga dari komunitas.

Dalam hubungannya antara IeSPA dan komunitas memiliki timbal balik yang baik yaitu dengan melibatkan komunitas di setiap event yang dibuat oleh IeSPA dan sebaliknya juga komunitas melibatkan IeSPA dalam sebuah event yang dibuat yang salah satunya yaitu komunitas mengundang IeSPA untuk ikut berpartisipasi dalam event yang dibuat oleh komunitas.

Menurut Moore (2002:19) ada berbagai cara untuk mendukung kegiatan hubungan dengan komunitas dan dapat membentuk relasi yang baik, antara lain yaitu berbagi peralatan, fasilitas, dan keahlian professional, memberi pengajaran, konsultasi dan pelatihan.

Dalam kegiatannya untuk berbagi peralatan fasilitas dan keahlian professional, dalam hal ini IeSPA belum melakukannya yaitu pembuatan pelatihan nasional untuk olahraga elektronik di Indonesia, IeSPA saat ini belum memiliki pelatihan nasional untuk olahraga elektronik karena dari

IeSPA sendiri masih perlu menyiapkan beberapa hal yang berkaitan dengan pelatihan nasional untuk Olahraga elektronik, jika berdasarkan tujuan utama dari IeSPA yaitu meregulasi olahraga elektronik di Indonesia, seharusnya IeSPA sudah memiliki pelatihan nasional untuk olahraga elektronik pasalnya pelatihan nasional akan dapat lebih mengasah ketrampilan dan kemampuan yang dimiliki oleh para pemain Olahraga elektronik di Indonesia dan juga karena saat ini olahraga elektronik akan menjadi cabang olahraga yang dipertandingkan di Olimpiade maka dari itu pelatihan nasional untuk olahraga elektronik perlu dibuat untuk kemajuan olahraga elektronik di Indonesia.

Dalam kegiatan memberi pengajaran, konsultasi, dan pelatihan IeSPA melakukan hal ini dalam salah satu kegiatannya yaitu melakukan workshop – workshop di sekolah – sekolah dan kampus, dalam setiap kegiatan workshop yang dibuat IeSPA selalu memberikan pengertian dan pemahaman tentang Olahraga elektronik yang benar dan juga memberikan informasi tentang apa saja yang keuntungan yang didapat jika masuk ke dalam dunia olahraga elektronik, sehingga masyarakat umum yang belum paham dan mengerti tentang olahraga elektronik menjadi paham bagaimana olahraga elektronik itu sebenarnya.

Menurut Moore (2002:19) Dasar hubungan komunitas yang baik suatu perusahaan dapat bertanggung jawab terhadap komunitas yang terkait dari perusahaan itu sendiri dengan melibatkan beberapa komunitas untuk ikut menjadi bagian dari perusahaan. Namun dalam di tahun 2016 dan 2017, kegiatan yang digelar IeSPA ternyata memunculkan masalah dengan komunitas gamer.

Di tahun 2016 IeSPA pernah menggelar ajang IeSF World Championship 2016 dalam ajang ini diikuti oleh 40 Negara yang bertanding dalam beberapa kategori game yang dipertandingkan. Saat pelaksanaan event itu di hari pertama sudah terjadi masalah yang bisa dibilang cukup fatal yaitu masalah pada koneksi internet, dan akibat dari permasalahan koneksi internet tersebut semua jadwal pertandingan menjadi tertunda dan mundur hampir seluruhnya, faktor koneksi internet merupakan salah satu hal yang paling penting untuk di persiapkan matang – matang karena dalam pertandingan olahraga elektronik 100% pertandingan memanfaatkan koneksi internet, dan koneksi internet yang cepat dan stabil

sangat dibutuhkan dalam pertandingan di Olahraga elektronik, walaupun masalah ini dapat di atasi oleh IeSPA untuk selanjutnya jika menggelar turnamen yang sifatnya internasional IeSPA diharapkan dapat lebih mempersiapkan matang – matang sebelumnya untuk perihal koneksi internet agar dalam pelaksanaannya tidak terdapat masalah yang dapat membuat pertandingan menjadi tertunda.

Masalah yang terjadi di tahun 2017 berkaitan dengan persoalan administrasi. Yakni kegagalan Team Akara berlaga di turnamen 9th Olahraga elektronik 2017 World Championship di Korea Selatan, karena masalah pengurusan visa. Kedua pihak yakni Team Akara dan IeSPA saling menyalahkan. IeSPA menyebutkan bahwa sudah memberikan surat undangan sebagai dokumen pembantu pengurusan visa namun saat dihubungi tanggal 24 Oktober pihak Akara mengatakan visa masih belum diurus dengan alasan akan bertanding di Filipina pada 26 Oktober hingga 30 Oktober 2017. Sementara dari pihak team Akara menuding IeSPA tidak membantu dalam pengurusan visa, menurutnya pengurusan visa untuk masuk ke Korea Selatan tidak dikerjakan dengan sungguh – sungguh oleh IeSPA, menurut pihak Akara sudah seharusnya urusan administrasi dan transportasi diurus pihak IeSPA. Situasi seperti ini dapat berdampak pada pandangan komunitas gaming di Indonesia terhadap IeSPA.

Selain dengan komunitas gaming, IeSPA juga melakukan kampanye dengan target masyarakat umum yang sama sekali belum mengetahui olahraga elektronik, misalnya ,melakukan workshop di sekolah – sekolah dan kampus. Masyarakat umum menjadi tujuan dari IeSPA karena masyarakat umum perlu diberikan pemahaman yang benar tentang olahraga elektronik.

Penulis berpandangan, kegiatan kampanye IeSPA perlu membuat program yang lebih banyak melibatkan orang – orang yang memang sudah masuk ke dunia olahraga elektronik, baik itu dari atlet Olahraga elektronik ataupun orang – orang yang bekerja di dunia olahraga elektronik dengan membuat turnamen rutin yang berskala nasional ataupun hanya memberikan support turnamen yang berskala nasional sehingga para pemain Olahraga elektronik yang ada di Indonesia dapat memiliki kesempatan yang lebih banyak untuk mengasah kemampuan yang dimiliki.



#### **4. Kegiatan Kehumasan IeSPA dengan Pemerintah**

Menurut Beard (2004:118) Menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah merupakan salah satu yang terpenting bagi perusahaan, komunikasi yang baik antar perusahaan dengan pemerintah dapat memberikan beberapa kemudahan bagi perusahaan itu sendiri. Pemerintah juga menjadi khalayak sasaran IeSPA untuk mengkampanyekan Olahraga elektronik di Indonesia, sebagai sasaran khalayak pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan penuh kepada Olahraga elektronik di Indonesia

Dalam beberapa event yang dibuat oleh IeSPA, IeSPA melibatkan beberapa pejabat dari pemerintahan untuk ikut dalam event tersebut baik dengan membuka event yang dibuat oleh IeSPA ataupun bentuk dukungan yang lainnya seperti dukungan dan yang diberikan oleh pemerintah untuk event yang dibuat IeSPA, IeSPA juga bersama Kementerian Komunikasi dan Informasi pada tahun 2015 mencanangkan program internet cepat. IeSPA bersama Kementerian Komunikasi dan Informasi mencanangkan program internet cepat, program internet cepat ini tentunya menjadi salah satu yang dilakukan untuk perkembangan Olahraga elektronik di Indonesia mengingat bahwa jika berkaitan dengan Olahraga elektronik terlebih turnamen Olahraga elektronik 100% menggunakan koneksi internet, dan koneksi internet yang cepat dan stabil sangat diperlukan dalam turnamen Olahraga elektronik.

Anggoro dan Estu (2002:130) bentuk hubungan dengan pemerintah yang dapat dilakukan yaitu, mengirim agenda kegiatan kepada pemerintah terkait, mengadakan kegiatan kesenian, olahraga, mensponsori kegaitan baik dalam konteks nasional maupun internasional, mengundang pejabat pemerintahan untuk meresmikan suatu acara, dan melakukan kegiatan lobby dengan pemerintah.

Mengadakan kesenian olahraga, mensponsori kegaitan baik dalam konteks nasional maupun internasional dalam rangka mengharumkan nama bangsa. Di tahun 2016 IeSPA ikut berpartisipasi dalam TAFISA 2016 dari banyaknya cabang olahraga yang dipertandingkan dalam event tersebut, Olahraga elektronik masuk sebagai salah satu cabang olahraga yang dipertandingkan,. TAFISA 2016 menjadi salah satu program kerja

yang dibuat oleh IeSPA pada tahun 2016, dalam salah satu cabang olahraga yang dipertandingkan yaitu olahraga elektronik yang diikuti oleh 30 Negara. Para peserta bertanding dalam beberapa kategori game yang ada.

Mengundang pejabat pemerintahan untuk meresmikan suatu acara, dalam kegiatan yang dibuat IeSPA mengundang pejabat dari pemerintah terkait yaitu dari menkominfo maupun kemenpora, dalam setiap kegiatan yang perlu melibatkan dari pejabat pemerintah IeSPA mengundang menkominfo dan kemenpora tergantung dari ketersediaan jadwal dari setiap pejabat untuk ikut berpartisipasi dan meresmikan event yang dibuat oleh IeSPA.

Melakukan kegiatan lobby secara baik dengan pemerintah untuk memperlancar kegiatan suatu perusahaan, dalam melakukan kegiatan lobby salah satu upaya yang dilakukan oleh IeSPA yaitu dengan masuknya olahraga elektronik sebagai salah satu cabang olahraga yang dipertandingkan di Asian Games, khususnya olahraga elektronik masuk sebagai exhibition match di Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang. Dalam upaya IeSPA untuk memasukkan Olahraga elektronik sebagai exhibition match di Asian Games 2018 IeSPA pertama melakukan pengiriman surat kepada Sekretaris Kemenpora

Dalam surat permohonan tersebut di atas IeSPA sebagai induk organisasi resmi Olahraga elektronik mengajukan permohonan audiensi terkait penyampaian keinginan agar olahraga elektronik bisa dimasukkan sebagai exhibition match pada Asian Games 2018. Dari dibuatnya surat permohonan tersebut Olahraga elektronik secara resmi akan menjadi pertandingan ekshibisi (tidak memperebutkan medali) pada Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang, untuk kategori game yang akan dijadikan dalam exhibition match tersebut IeSPA masih belum bisa memberikan kepastian game yang akan di perlihatkan dalam pertandingan ekshibisi tersebut karena masih banyak pertimbangan dan perlu disiapkan.

## **5. Penggunaan Internet dalam Kegiatan Kampanye IeSPA**

Menurut Ruslan (2013:13) tugas public relations adalah menyebarkan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui. Dalam

kegiatan publikasi yang dilakukan IeSPA memanfaatkan internet sebagai media yang digunakan untuk memberikan informasi seputar olahraga elektronik

Namun, performa dari media berbasis internet yang digunakan IeSPA sebagai media publikasi, masih sangat kurang. Saat tulisan ini dibuat (Mei 2018), website resmi yang dimiliki IeSPA sudah tidak aktif lagi hal ini dibuktikan dengan update terakhir yang dibuat oleh IeSPA di dalam website tersebut adalah tentang IeSPA menggelar TAFISA World Games 2016. Dibandingkan website resmi IeSPA, media sosial yang dimiliki IeSPA terbilang lebih aktif dibandingkan website resmi tersebut, hal ini terbukti dengan *update* terakhir dari facebook resmi IeSPA yaitu mengenai pelantikan FORMI Kalsel pada 18 Maret 2018, facebook resmi dari IeSPA ini lebih aktif dibandingkan dari media sosial lainnya yang dimiliki oleh IeSPA. Twitter yang dimiliki oleh IeSPA juga melakukan update terakhir pada 27 September 2017 dengan meretweet sebuah video dari akun twitter ligagame olahraga elektronik. Instagram dari IeSPA juga melakukan update terakhir pada 13 Oktober 2017 mengenai audiensi membahas Olahraga elektronik sebagai exhibition match di Asian Games.

Tidak aktifnya website resmi dari IeSPA ini akan berdampak kepada pandangan dari komunitas ataupun masyarakat umum mengenai IeSPA, dengan tidak aktifnya website resmi IeSPA komunitas dan masyarakat umum jadi tidak mengetahui kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh IeSPA. IeSPA diharapkan lebih melakukan update tentang kegiatan – kegiatan yang dilakukan ataupun hanya memberikan informasi seputar olahraga elektronik agar para komunitas dan masyarakat umum mengetahui bahwa IeSPA itu masih aktif dalam beberapa kegiatannya untuk mengkampanyekan olahraga elektronik di Indonesia.

## 6. Analisis SWOT terhadap tahap kampanye IeSPA

### *Strength* (Keunggulan)

No	Keunggulan	Efek pada Kampanye olahraga elektronik
1	Melakukan Sosialisasi tentang Olahraga elektronik dan pembuatan even dan turnamen Olahraga elektronik	Dalam pelaksanaan program – program yang dilakukan oleh IeSPA yaitu sosialisasi tentang olahraga elektronik masyarakat umum menjadi lebih mengerti tentang olahraga elektronik dan benefit yang didapat dari Olahraga elektronik, serta melibatkan komunitas dalam pelaksanaan even dan turnamen yang dilakukan. Menurut Ruslan (2013:74) pemilihan program yang dapat memiliki <i>feedback</i> yang bagus kepada perusahaan dan sesuai dengan tujuan utama dari perusahaan itu sendiri.
2	Melakukan Analisa terlebih dahulu tentang persepsi yang berkembang di dalam masyarakat	Dengan melakukan analisa sebelumnya terhadap opini publik, IeSPA menjadi mengetahui apa pandangan masyarakat umum mengenai olahraga elektronik dan dalam pelaksanaannya IeSPA dapat mengcounternya dengan perspektif yang benar tentang olahraga elektronik. Menurut Gergory (2004:99-105) analisa terhadap opini publik di masyarakat dapat menjadi acuan proses tahapan awal perencanaan kampanye

*Strategi IESPA (Indonesia Esport Association)  
dalam Mengkampanyekan Esport di Indonesia*

*Weakness (Kekurangan)*

No	Kekurangan	Efek pada Kampanye olahraga elektronik
1	Pemanfaatan media internet organisasi	Penyebaran informasi jadi tidak update. Akibatnya informasi mengenai olahraga elektronik menjadi minim. Masyarakat umum yang tidak tahu tentang olahraga elektronik tidak mendapatkan informasi; ada pun komunitas gaming di Indonesia berisiko memandang pengelolaan informasi oleh IeSPA masih belum bagus.
2	Kepengurusan IeSPA daerah di Indonesia kurang aktif	Dalam pelaksanaan program IeSPA yaitu yang salah satunya melakukan sosialisasi tentang olahraga elektronik kepada masyarakat umum menjadi tidak merata dan hanya terfokus pada sosialisasi yang dilakukan oleh IeSPA pusat. Menurut Gregory (2004:99-105) dalam pelaksanaan program kampanye diperlukan koordinasi dengan melibatkan tim yang terlibat dalam pencapaian tujuan program.

*Opportunities (Peluang)*

No	Peluang	Aktivitas yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan peluang
1	Memberikan dukungan penuh kepada para atlet Olahraga elektronik di Indonesia	IeSPA dapat memberikan kepelatihan dan fasilitas yang dapat digunakan untuk para atlet olahraga elektronik yang ada untuk dapat meningkatkan <i>skill</i> dan juga dapat meningkatkan mental dalam pertandingan olahraga elektronik dengan pembuatan pelatnas di Indonesia. Menurut Anggoro dan Estu(2002:130) dasar hubungan komunitas yang baik adalah dapat meyakinkan komunitas untuk ikut menjadi bagian dari kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan
2	Upaya yang dapat dilakukan IeSPA pusat dan IeSPA daerah untuk	Melakukan koordinasi yang lebih terhadap kepengurusan semua daerah di Indonesia dan melakukan sosialisasi olahraga elektronik di tiap daerah di Indonesia dengan melibatkan

	meratakan kampanye Olahraga elektronik di Indonesia	kepengurusan pada daerah tersebut atau juga dapat membuat secara rutin even atau turnamen untuk mendukung para komunitas yang ada di daerah tersebut. Menurut Ruslan (2013: 80 – 81) pembentukan team work yang solid dan professional, team work merupakan salah satu hal yang terpenting dalam melakukan tindak apapun yang membutuhkan kerja sama, dalam proses kegiatan kampanye semua pihak yang terlibat harus bekerja sama dan memiliki tanggung jawab agar kampanye yang dilakukan dapat berjalan sesuai rencana dan berhasil mencapai tujuan yang ingin disampaikan.
--	---	---

### *Threats (Ancaman)*

No	Ancaman	Hal yang dilakukan untuk meminimalkan ancaman
1	Para atlet Olahraga elektronik di Indonesia kurang merasakan kehadiran IeSPA	Dengan salah satunya yaitu pembuatan pelatnas dan juga pembuatan program yang lebih melibatkan atlet olahraga elektronik di dalamnya seperti secara berkala membuat sebuah turnamen skala nasional yang dapat diikuti oleh para atlet olahraga elektronik
2	IeSPA pusat dan IeSPA daerah tidak memiliki koordinasi terhadap program kerja bersama	IeSPA perlu melakukan koordinasi lebih bak lagi dengan pengurus daerah IeSPA, dengan melakukan program bersama seperti melakukan sosialisasi olahraga elektronik dan juga dapat membuat even dan turnamen yang diselenggarakan oleh IeSPA pusat dan Idaerah di dalam wilayah kepengurusan daerah IeSPA daerah .

### **Penutup**

Dalam tahap Kampanye IeSPA melakukan analisis terlebih dahulu terhadap opini yang berkembang di dalam masyarakat hasil dari analisis yang dilakukan bahwa publik di Indonesia sebagian masih belum mengerti dan paham apa yang dimaksud olahraga elektronik itu, dalam analisis yang

dilakukan oleh IeSPA terdapat dua kategori dalam masyarakat itu sendiri yaitu adalah masyarakat umum, dan orang – orang yang memang sudah mengetahui olahraga elektronik baik itu memang sudah bekerja di dunia Olahraga elektronik ataupun hanya sebagai penikmat olahraga elektronik. Dalam menetapkan sasaran tujuan kampanye IeSPA menjadi masyarakat umum menjadi sasaran utama dalam kampanye, masyarakat umum yang belum mengetahui tentang olahraga elektronik perlu diberikan pemahaman yang benar dan mengetahui benefit apa yang bisa didapatkan dari Olahraga elektronik dengan melakukan sosialisasi tentang olahraga elektronik kepada masyarakat umum.

Dalam aktivitas kehumasan yang dilakukan IeSPA menjalin hubungan dengan beberapa media yang bekerjasama untuk memberitakan tentang IeSPA ataupun memberitakan seputar olahraga elektronik, media berbasis internet yang bekerjasama dengan IeSPA dalam meberitakan olahraga elektronik dan IeSPA antara lain Ligagame, Kotakgame, GameQQ, dan Metrotvnews, untuk mendukung dalam aktivitas kehumasannya IeSPA juga melakukan beberapa konferensi pers dan membuat press release sebagai informasi ke komunitas maupun ke masyarakat umum. Dalam menjalin hubungannya dengan komunitas IeSPA memberikan dukungan kepada komunitas yang ingin membuat event dan turnamen Olahraga elektronik dan juga IeSPA mengundang komunitas untuk ikut berpartisipasi dalam event dan turnamen yang dibuat oleh IeSPA untuk menjaga hubungan baik antara IeSPA dan komunitas.

Dalam menjalin hubungan dengan pemerintah IeSPA bertugas untuk meregulasi olahraga elektronik di Indonesia dan IeSPA juga turut mengundang pejabat dari pemerintah terkait untuk ikut berpartisipasi dalam event yang dibuat IeSPA, pejabat dari pemerintah yang biasanya diundang oleh IeSPA untuk membuka sebuah even yang diselenggarakan oleh IeSPA yaitu bisa dari Menkominfo maupun Menpora tergantung dari ketersediaan jadwal yang bersangkutan, dalam kegiatannya untuk melakukan lobby dengan pemerintah yaitu IeSPA melakukan upaya untuk memasukkan Olahraga elektronik sebagai laga ekshibis di Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang..

Dalam publikasi yang dilakukan IeSPA menggunakan beberapa media untuk memberikan informasi seputar Olahraga elektronik dan

kegiatan yang dilakukan oleh IeSPA, beberapa media yang digunakan oleh IeSPA yaitu website resmi IeSPA dan media sosial yang dimiliki oleh IeSPA, media sosial resmi IeSPA antara lain yaitu, facebook, instagram, dan twitter.

Aktivitas kampanye IeSPA memiliki keunggulan dalam hal IeSPA sudah memahami mengenai persepsi publik mengenai olahraga elektronik dan banyaknya event olahraga elektronik yang digelar. Ada pun kekurangan adalah pada pemanfaatan media berbasis internet dan kepengurusan IeSPA di daerah yang masih belum semuanya aktif. Ini membuat penyebaran informasi mengenai olahraga elektronik masih belum bisa menjangkau publik yang luas. Pihak IeSPA hendaknya juga berkaca pada dua pengalaman kurang menyenangkan yang pernah terjadi di tahun 2016 dan 2017, yang berpotensi dapat menurunkan reputasi IeSPA di benak komunitas gaming di Indonesia.

### **Keterbatasan Penelitian**

1. Penulis hanya melakukan penelitian terhadap IeSPA (Indonesia eSport Association), penulis tidak melakukan penelitian terhadap respon dari publik terkait dengan olahraga elektronik dan kampanye yang dilakukan oleh IeSPA
2. Karena IeSPA memiliki keanggotaan yang tidak tetap, penulis sulit untuk melakukan wawancara langsung dengan beberapa sumber dari IeSPA

### **Saran**

1. Diharapkan kepada IeSPA (Indonesia eSport Association) untuk lebih meratakan kampanye ESport dengan membuat kepengurusan IeSPA di daerah menjadi lebih aktif lagi
2. Diharapkan kepada IeSPA (Indonesia eSport Association) untuk lebih memperluas publikasi ESport di Indonesia dengan bekerja sama dengan berbagai media olahraga dan media umum yang ada di Indonesia



3. Diharapkan kepada IeSPA (Indonesia eSport Association) untuk membuat pelatihan nasional kepada para atlet ESport di Indonesia untuk mendukung para atlet yang akan bertanding dalam Olimpiade
4. Diharapkan kepada IeSPA untuk lebih memanfaatkan media berbasis internet untuk menyebarkan informasi atau kampanye-nya
5. Kemudian untuk penelitian selanjutnya, dapat melakukan penelitian terhadap pandangan masyarakat umum mengenai kegiatan kampanye yang sudah dilakukan oleh IeSPA

## **Daftar Pustaka**

- Anggoro, M.Linggar dan Estu Rahayu. (2002). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT.Bumi Aksara
- Beard, Mike. (2001). *Manajemen Departement Public Relations*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Fajri, N Bayu. (2016). "Sosialisasi Program Pelatihan Nasional Atlet eSport Indonesia Melalui Website." Skripsi Sarjana. Fakultas Desain Universitas Komputer Indonesia, Bandung
- Gregory, Anne. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kusumadewi, Kartika. (2015)." Kampanye Gaya Hidup Sehat Melalui Olahraga Freeletics Pada Masyarakat di Kota Bandung". Skripsi Sarjana, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, Bandung
- Maulidika, Wira dan Waspada, Agung Eko Budi (2014) "Kampanye Memperbaiki Citra Olahraga Biliar di Indonesia". *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain, Volume III (Agustus)*, hal 1-10
- Moore, Frazier. (2002). *Humas Membangun Citra dan Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Putra, Ukaysah Q.A. dan Tirtawidjaja, Indarsjah (2012)"Perancangan Kampanye Sosial Mendorong Kecintaan Remaja Terhadap

Perbulutangkisan Indonesia”, *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain, Volume I (Agustus)*, hal 1-9

Ruslan, Rosady. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Setiawan, D Silvy (2016) "Persepsi Gamers Kota Padang Terhadap Wacana Pemblokiran Game Online Oleh Pemerintah (Studi Deskriptif pada Gamers Point Blank Kota Padang)". Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas, Padang

Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2016). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

### **Berita dari Media**

Deliusno (2017) "Rekor Baru,Rekor Baru, Hadiah Kompetisi "Dota 2" Capai Rp 277 Miliar". URL <https://tekno.kompas.com/read/2017/07/14/12230007/rekor-baru-hadiah-kompetisi-dota-2-capai-rp-277-miliar>. Tanggal akses 4 April 2018

Galih, Persiana (2018) "Semarak ESport di Asian Games" *Tabloid BOLA* edisi Jumat 17 Agustus 2018, hal.9

Priyatno, Yoga Tri (2017) Grand Final PBNC 2017 akan jadi sejarah baru ESport Indonesia. URL <https://www.merdeka.com/teknologi/grand-final-pbnc-2017-akan-jadi-sejarah-baru-eSport-indonesia.html>, tanggal akses 4 April 2018

Yulianson (2017) "Tim Manchester City Kontrak Pemain eSport Baru untuk Gim FIFA". URL [https://www.liputan6.com/tekno/read/3208759/tim-manchester-city-kontrak-pemain-eSport-baru-untuk-gim-fifa?utm\\_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.o&utm\\_referrer=](https://www.liputan6.com/tekno/read/3208759/tim-manchester-city-kontrak-pemain-eSport-baru-untuk-gim-fifa?utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.o&utm_referrer=) .  
Tanggal akses 4 April 2018