

**STRATEGI IESPA (INDONESIA E-SPORTS ASSOCIATION) DALAM
MENGKAMPANYEKAN E-SPORTS DI INDONESIA**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh:

Firdan Rastama Faherty

13321091

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta
2018**

SKRIPSI
STRATEGI IESPA (INDONESIA E-SPORTS ASSOCIATION) DALAM
MENINGKATKAN E-SPORTS DI INDONESIA

Disusun oleh

Firdan Rastama Faherty

13321091

Telah disetujui Dosen Pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi



Tanggal :

Dosen Pembimbing Skripsi,

Raden Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., MA.

NIDN. 0520058402

SKRIPSI
STRATEGI IESPA (INDONESIA E-SPORTS ASSOCIATION) DALAM
MENINGKAMPANYEKAN E-SPORTS DI INDONESIA

Disusun Oleh:

Firdan Rastama Faherty

13321091

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 30 Mei 2018

Dewan Penguji

1. Ketua : **Raden Narayana Mahendra prasty, S.Sos.,MA (** 
NIDN. 0520058402
2. Anggota : **Mutia Dewi, S.Sos.,M.I.Kom** 
NIDN. 05200028302

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Indonesia


Muzavin Nazaruudin, S.Sos., MA.
NIDN. 0516087901

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Firdan Rastama Faherty

No. Mahasiswa : 13321091

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi IeSPA (Indonesia e-Sports Association) dalam
Mengkampanyekan e-Sports di Indonesia

Melalui surat pernyataan ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Oleh karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Mei 2018
Yang Menyatakan



Firdan Rastama Faherty

MOTTO

Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan (Al-Mujadillah: 11)

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan karya ini kepada kedua orang tua penulis

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI IESPA (INDONESIA E-SPORTS ASSOCIATION) DALAM MENINGKAMPANYEKAN E-SPORTS DI INDONESIA” dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Strata 1 (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, tidak mungkin bagi penulis untuk menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas petunjuk dan bimbingan yang telah penulis terima selama melakukan penyusunan skripsi ini kepada:

1. Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan izin untuk keperluan penelitian penulis.
2. Raden Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Kedua orang tua penulis, terimakasih telah memberikan semangat dan doa restu baik moril maupun materiil.
4. Teman-teman di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Etika Akademik	iv
Moto	v
Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	viii
Abstrak	x
Abstract	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
1. Penelitian Terdahulu.....	7
2. Kerangka Pemikiran	9
a. Kampanye Humas	9
b. Aktivitas Humas Guna Menunjang Kampanye.....	13
c. Analisis SWOT.....	17
F. Metode Penelitian	18
1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	18
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	18
3. Teknik Pengumpulan Data.....	18
4. Narasumber Penelitian.....	18

5. Teknik Analisis Data	19
-------------------------------	----

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. IeSPA (Indonesia e-Sports Association)	35
1. Visi IeSPA	21
2. Misi IeSPA	21
3. Susunan keanggotaan.....	22

BAB III TEMUAN PENELITIAN

A. Manajemen Kampanye Kegiatan Kehumasan Media	24
B. Manajemen Kampanye Komunitas	37
C. Manajemen Kampanye Pemerintah	41

BAB IV PEMBAHASAN

A. Kegiatan Kehumasan Media	51
B. Komunitas	55
C. Pemerintah	59
D. Analisis SWOT Tahap Manajemen Kampanye IeSPA.....	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Keterbatasan Penelitian	73
C. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	
----------------------	--

ABSTRAK

Firdan Rastama Faherty. 13321091. Strategi IeSPA (Indonesia e-Sports Association) dalam Mengkampanyekan e-Sports di Indonesia. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2018.

Perkembangan eSports semakin pesat setiap tahunnya, berawal dari kegiatan bermain game saat ini eSports sudah menjadi salah satu pilihan profesi dan juga sudah masuk ke dalam salah satu cabang olahraga yang dipertandingkan dalam Olimpiade. Di Indonesia eSports saat ini sudah mulai dirasakan kehadirannya dengan semakin banyaknya team – team eSports di Indonesia saat ini, eSports sebagai industri baru dan olahraga baru di Indonesia perlu lebih di sebarluaskan kepada masyarakat umum yang masih belum mengetahui apa itu eSports. IeSPA sebagai organisasi resmi dari pemerintah dibuat untuk meregulasi eSports di Indonesia dan melakukan sosialisasi untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia.

Dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengetahui strategi IeSPA dalam mengkampanyekan e-Sports di Indonesia dan mengetahui bagaimana peluang e-Sports di Indonesia

Paradigma penelitian adalah konstruktivisme. Jenis penelitian adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan, strategi IeSPA dalam mengkampanyekan e-Sports di Indonesia dilakukan dalam beberapa program seperti pembuatan event tingkat nasional dan internasional, melakukan sosialisasi dan memberikan pemahaman tentang e-Sports di sekolah – sekolah dan beberapa kampus di Indonesia. Keunggulan dalam kegiatan IeSPA adalah dengan melakukan kerjasama dengan beberapa media berbasis game sehingga penyampaian informasi yang dilakukan lebih tepat sasaran, dari kegiatan yang sudah dilakukan IeSPA memiliki kelemahan (*Weakness*) yaitu kurang aktifnya kepengurusan IeSPA daerah yang ada di Indonesia yang berakibat tidak meratanya kegiatan yang dilakukan oleh IeSPA, dan kurang aktifnya website dan media sosial IeSPA dikarenakan IeSPA memiliki kepengurusan yang tidak tetap sehingga media sosial yang dimiliki IeSPA kurang maksimal.

Kata Kunci: Kampanye, Aktivitas Kehumasan, e-Sports

ABSTRACT

Firdan Rastama Faherty. 13321091. Strategy IeSPA (Indonesia e-Sports Association) in Support of e-Sports in Indonesia. Communication studies courses, Faculty of psychology and social sciences culture, Islamic University of Indonesia. 2018.

The development of the delivery process is increasingly esports fast paced growth can be every year we have taken , stops short of the truth the activity of playing games today because they are no longer esports becomes one of the choices for a profession and we have also appointed an to walk into one of types of sports hosted at in the olympic games .In indonesia esports at present time have been started to be felt its presence with more and more people and the rest of the team esports the rest of the team in indonesia nowis , esports as a new industry and sports new band rings today at indonesia needs to have been left on the to talk about to the general public that are still not yet know what it is esports .Iespa as an organization official from the government made to regulate esports in indonesia and make the socialization for campaigning about esports in indonesia

In this research have a purpose namely know strategy iespa in campaigning e-sports in indonesia and knowing how opportunities e-sports in indonesia paradigm research is constructivism .The kind of research is qualitative .Technique data collection in this research was observation , interviews and documentation .Technique data analysis in this research was descriptive

The research results show , iespa strategy in the campaign of e-sports in indonesia are carried out in some program event such as the national and international level , publicize the program and giving any education about e-sports in schools and some universities in indonesia .Excellence in the activities of iespa is to have a partnership with several media based game so that the delivery of information carried out more appropriate objectives , from activities that has been done there are limitations iespa (weakness) namely less the activation of iespa management was over all the country in indonesia that result in the disparity in the activity carried out by iespa , and less the activation of website and social media together iespa iespa having because management which is not fixed so that social media which owned iespa less than maximum

Keywords: campaigns, public relations activities, e-Sports

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan eSports di dunia semakin pesat seiring kemajuan teknologi yang semakin canggih pada zaman sekarang, banyaknya turnamen – turnamen eSports yang bermunculan di seluruh dunia membuktikan bahwa peminat eSports semakin meningkat. Beberapa developer perusahaan game dunia pun juga mulai meningkatkan kualitas turnamen eSports tiap tahunnya baik itu total hadiah yang meningkat ataupun pelaksanaan turnamen itu sendiri yang lebih terstruktur.

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

Keberadaan eSports saat ini bukanlah hanya sebatas bermain game saja, saat ini masih banyak yang berpikiran bahwa bermain game hanyalah membuang waktu ataupun menghabiskan uang, bermain game sebenarnya juga banyak memberikan hal-hal yang positif, terlebih lagi jika sudah masuk kedalam dunia profesional gamer menjadi profesional gamer 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 Indonesia untuk ajang kompetisi internasional. Terlebih lagi eSports saat ini menjadi salah satu cabang olahraga yang akan di pertandingkan dalam Asian Games 2022 di Hangzhou Tiongkok, masuknya eSports ke dalam cabang olahraga di Asian Games ini diinisiasi oleh OAC dan juga Alisports yang merupakan bagian dari Alibaba Sports Group yang berasal dari perusahaan e-Commerce raksasa asal Tiongkok(<https://www.revivaltv.id/others/esports-hadir-di-olimpiade-asian->

games-2018-di-jakarta-dan-palembang, akses 4 April 2018). Masuknya eSports kedalam cabang olahraga di Asian games ini membuktikan bahwa popularitas eSports di dunia semakin tinggi dan banyak yang menantikan keseruan pertandingan eSports di ajang Asian Games.

Banyaknya turnamen-turnament eSports juga membuktikan bahwa eSports semakin besar seiring waktu salah satunya yaitu The International, untuk pemain Dota 2 mungkin tidak asing dengan turnamen ini. The International adalah turnamen terbesar di Dota 2 dan juga paling bergengsi di dunia. Turnamen The International ini diselenggarakan tiap tahun dan juga hadiah yang diberikan juga meningkat setiap tahunnya, di tahun pertamanya pada 2011 The International sudah memberikan total hadiah sebesar 1,6 juta USD, dan puncaknya di tahun 2016 The International membuat sebuah kejutan, turnamen ini memecahkan rekor dan menjadikan The International sebagai tournament eSports dengan total hadiah terbesar sampai saat ini, total hadiah The International 2016 mencapai 18,42 USD (<https://duniaku.net/2016/07/28/rekor-total-hadiah-dota2-international-2016-rp240-miliar>, akses 4 April 2018).

Turnamen – turnamen eSports dunia pun semakin banyak peminatnya dan penonton yang menonton turnamen tersebut, banyak 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. Semakin besarnya eSports saat ini bahkan juga merambah ke beberapa klub besar sepakbola dunia untuk mempunyai team eSports, salah satu klub besar sepakbola yang juga memiliki team eSports saat ini adalah Manchester City di tahun 2016 Manchester City merekrut pemuda berusia 18 tahun untuk menjadi pemain eSport divisi FIFA(Yuslianson,www.liputan6.com/tekno/read/3208759/tim-manchester-city-kontrak-pemain-esports-baru-untuk-gim-fifa, akses 4 April 2018).

Salah satu portal berita tentang olahraga ESPN saat ini sudah merambah ke dunia eSports, di tahun 2015 ESPN meluncurkan portal resmi khusus eSports, saat ini ESPN eSports baru terfokus pada beberapa judul game, yaitu League of Legends, Dota 2, Heartstone dan CS:GO (Counter Strike Global Offensive).([Wisesa, www.dailysocial.id/post/espn-luncurkan-portal-resmi-esport](http://www.dailysocial.id/post/espn-luncurkan-portal-resmi-esport), akses 4 April 2018)

Di Indonesia keberadaan eSports awalnya hanya dirasakan oleh para pelaku dari eSport dan juga para penggemar eSports itu sendiri, di Indonesia awal perkembangan eSports 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 eSpors Saat ini di Indonesia sendiri sudah mempunyai beberapa team besar eSports 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). Terlebih lagi saat ini salah satu kampus di Indonesia yaitu Udinus (Universitas Dian Nuswantoro) di Semarang yang bekerja sama dengan IeSPA Jateng membuka program eSports yang memiliki dua cabang utama yaitu Dota 2 dan CSGO. Dalam program eSport di Udinus akan diberikan beberapa pilihan mulai dari pemain eSports, pelatih, manager, analist, caster, dan diajari bagaimana menjadi event organizer eSports. (<https://www.idntimes.com/life/education/ishak-okta-sagita/kampus-di-indonesia-yang-membuka-program-kuliah-main-game-dota-c1c2/full>, akses 7 Juni 2018).

Berkembangnya eSports di Indonesia memberikan kesempatan bagi para pelaku eSports 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 eSports 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 eSports 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 eSports Indonesia akan dipandang dunia sebagai salah satu pesaing di dunia Esports. (Liputra, www.teamnsl.com/news/teamnsl-juara-benq-csgo-asia-cup-2015 akses 4 April 2018)

Perkembangan eSports di Indonesia sendiri cukup berkembang dari tahun ke tahun, hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya turnamen eSports baik di tingkat daerah hingga nasional. Para publisher game yang ada di Indonesia juga mempunyai event tahunan yang dapat diikuti oleh semua team eSports yang ada di Indonesia, event yang diadakan juga menarik beberapa gamers yang ada pasalnya hadiah yang diberikan bisa dibilang cukup menarik perhatian oleh gamers. Salah satunya yaitu publisher game berada di Indonesia PT Garena Indonesia yang mengadakan turnamen setiap tahunnya yang bersifat nasional yaitu PBNC (Point Blank National Competition) turnamen ini digelar setiap tahun oleh PT Garena Indonesia, untuk kualifikasinya 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 memberikan kejutan bagi Indonesia dan para gamers, pasalnya PBNC yang diadakan oleh PT Garena Indonesia ini memberikan total hadiah yang juga menjadikan PBNC sebagai turnamen eSports terbesar di Indonesia dengan total hadiah mencapai Rp 3 Miliar dan untuk juara 1 berhak membawa pulang Rp 1 Miliar. ([Priyanto, www.merdeka.com/teknologi/grand-final-pbnc-2017-akan-jadi-sejarah-baru-esports-indonesia.html](http://www.merdeka.com/teknologi/grand-final-pbnc-2017-akan-jadi-sejarah-baru-esports-indonesia.html) akses 4 April 2018).

Kemajuan eSports di Indonesia ditandai dengan dibentuknya sebuah organisasi yang bernama IeSPA (Indonesia eSports Association), “IeSPA berdiri secara resmi pada 1 April 2013, dibawah perlindungan Kementrian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) dan FORMI (Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia sebagai pembina, dan IeSPA juga merupakan anggota dari IeSF (International eSports Federation). Sebagai tempat untuk gamers yang resmi dari pemerintah membantu para gamers untuk membantu memajukan eSports di Indonesia”. (<http://www.iespa.or.id/about.html> akses 4 April 2018)

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

Dalam mengkampanyekan eSports di Indonesia, dapat menjadikan suatu program kampanye tidak lepas dari bagaimana perencanaan yang dilakukan agar tujuan yang dicapai dapat maksimal, salah satu fungsi humas yaitu memberikan informasi kepada publik, humas di dalam suatu organisasi atau perusahaan berfungsi sebagai jembatan antara perusahaan dengan publiknya dan target dari pelaksanaan program kampanye.(Ruslan, 2013:9)

Untuk menyebarluaskan e-Sports di Indonesia diperlukan strategi yang tepat agar dalam pelaksanaanya e-Sports dapat lebih dikenal oleh masyarakat di Indonesia, dikarenakan eSports merupakan hal yang baru di Indonesia oleh karena itu IeSPA sebagai assosiasi resmi dari pemerintah menyebarluaskan informasi – informasi tentang apa itu eSports dan bagaimana eSports itu agar masyarakat umum di Indonesia mengetahui bahwa eSports saat ini sudah semakin maju di Indonesia. mengingat bahwa eSports saat ini bukanlah hanya menjadi sebuah hiburan semata melainkan eSports juga dapat dijadikan profesi yang serius bagi para peminatnya

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang tersebut dalam penelitian ini akan membahas tentang “Strategi IeSPA dalam mengkampanyekan e-Sport di Indonesia” sebagai salah satu cabang olahraga baru di Indonesia eSports perlu disebarluaskan kepada masyarakat luas di Indonesia. IeSPA sebagai asosiasi resmi dari pemerintah untuk eSports perlu melakukan kegiatan dan program – program untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia.

Dengan perumusan masalah di atas maka dalama penelitian ini terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

Rumusan pertanyaanya adalah:

1. Bagaimana Strategi IeSPA dalam mengkampanyekan e-Sport di Indonesia?
2. Bagaimana Peluang eSports di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan peneliti adalah:

1. Menguraikan Strategi IeSPA dalam mengkampanyekan e-Sport di Indonesia?
2. Mengetahui bagaimana peluang eSports di Indonesia?

D. Manfaat

1. Manfaat Akademik

- a. Memperkaya teoritik mengenai strategi humas suatu perusahaan untuk melakukan kampanye dan memberikan pengetahuan tentang e-Sports di Indonesia
- b. Menjadi referensi bagi penelitian mahasiswa berikutnya terkait strategi humas dalam mengkampanyekan suatu objek penelitian dan tentang e-Sports di Indonesia

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi IeSPA untuk meningkatkan kegiatan kampanye eSports di Indonesia.

E. Tinjauan Pustaka

Penulis mengambil beberapa penelitian terdahulu yang masih relevan dengan penelitian tentang eSports ataupun yang berkaitan dengan Kampanye kehumasan, Penelitian terdahulu yang diambil oleh penulis adalah tentang Kampanye kehumasan tentang kampanye olahraga dan penelitian tentang eSports di Indonesia.

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh Bayu Nurul Fajri pada tahun 2016 dengan judul “*Sosialisasi Program Pelatihan Nasional Atlet e-Sports Indonesia Melalui Website*”. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bayu Nurul Untuk menjadi atlet eSports perlu

memperhatikan beberapa hal yang penting agar menjadi atlet eSports, seperti mempunyai skill bermain yang bisa di bilang di atas rata-rata dari pemain yang lainnya dan yang paling penting bisa bekerja sama dalam sebuah team eSports, untuk menjadi atlet eSports juga perlu memperhatikan equipment yang seperti keyboard, mouse, mousepad, dan headset yang digunakan dan dengan adanya pelatihan atlet eSports oleh IeSPA juga diharapkan dapat membantu melahirkan atlet eSports Indonesia berbakat yang mampu bersaing di tingkat Internasional.(Fajri, Skripsi, 2016:70).

Penelitian dilakukan oleh Ukasyah Qodratillah Ananda Putra & Drs. Indarshag pada tahun 2012 dengan judul Perancangan Kampanye Sosial Mendorong Kecintaan Remaja Terhadap Perbulutangkis Indonesia, dalam penelitian ini banyak masyarakat mulai menurun apresiasinya terhadap perbulutangkis Indonesia karena menurunnya prestasi yang dilakukan oleh atlet-atlet bulutangkis Indonesia, kampanye ini dilakukan untuk mendorong kembali kecintaan masyarakat terhadap perbulutangkis Indonesia, kampanye yang dilakukan lebih melibatkan remaja khususnya anak SMA.(Putra dan Indarshag, *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Seni Rupa dan Desain*, No.1, 2012: 1-7).

Penelitian dilakukan oleh Wira Maulidika & Agung Eko Budi Waspada tahun 2014 dengan judul “Kampanye Memperbaiki Citra Olahraga Biliar di Indonesia”, dalam penelitian ini Biliar masih dipandang sebelah mata oleh masyarakat, olahraga biliar merupakan salah satu cabang olahraga yang berperan besar dalam mengharumkan nama negara Indonesia, untuk memperbaiki citra olahraga biliar diperlukan kampanye yang tepat, strategi kampanye yang dilakukan lebih difokuskan kepada pendidikan di sekolah bahwa olahraga biliar juga dapat mengharumkan nama Indonesia di

dunia.(Wira dan Agung, *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Seni rupa dan Desain*, No.1, 2014:1-8).

Penelitian dilakukan oleh Kartika Kusumadewi tahun 2015 dengan judul Kampanye Gaya Hidup Sehat Melalui Olahraga Freeletics Pada Masyarakat di Kota Bandung. 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.(Kartika, Skripsi, 2015:75)

Penelitian dilakukan oleh Silvy Dian Setiawan tahun 2016 dengan judul Persepsi Gamers Kota Padang Terhadap Wacana Pemblokiran Game Online Oleh Pemerintah (Studi Deskriptif pada Gamers Point Blank Kota Padang. Penelitian ini bermula ketika terdapat wacana pemblokiran game online point blank yang dinilai mengandung kekerasan serta unsur negatif bagi perkembangan anak oleh pemerintah, hasil penelitian menunjukkan bahwa dari informan yang diwawancarai menolak untuk pemblokiran game online point blank, dengan memblokir sebuah game bukan merupakan langkah yang tepat untuk menjauhkan anak-anak dari pengaruh negatif game online point blank.(Setiawan, Skripsi, 2016:91).

Dari beberapa penelitian terdahulu, perbedaan penelitian dahulu dengan penelitian penulis yaitu penulis mengangkat tema tentang eSports di Indonesia. Bagi masyarakat umum eSport merupakan hal yang asing, penelitian tentang eSports saat ini masih sedikit di Indonesia. Dalam penelitian ini penulis akan memberikan penelitian tentang eSports dan bagaimana keadaan eSports saat ini di Indonesia.

2. Kerangka Pemikiran

a. Kampanye Humas

Kampanye merupakan salah satu kegiatan yang berada dalam lingkup kegiatan kehumasan, kampanye digunakan sebagai untuk membantu perusahaan mencapai tujuan serta visi dan misinya. Intinya kampanye yang dilakukan oleh seorang humas memiliki tujuan untuk membuat khalayak umum dapat mengerti terhadap kegiatan kampanye yang dilakukan oleh seorang humas. (Ruslan, 2013:63).

Dalam arti lebih umum, kampanye public relations diartikan sebagai, kampanye yang memberikan citra positif di mata masyarakat umum dengan melakukan beberapa program yang melibatkan masyarakat umum itu sendiri. (Ruslan, 2013:66 - 67)

Kampanye public relations juga mengandung beberapa unsur-unsur komunikasinya. Menurut Ruslan, (2013: 28 – 34) ada beberapa unsur komunikasi yang terdapat dalam kampanye public relations. Pertama sebagai komunikator dan juga menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada publik dapat agar diterima oleh publik itu sendiri, kedua adalah menyampaikan sebuah pesan kepada publik berupa gagasan, informasi, aktivitas, ataupun kegiatan yang ingin disampaikan kepada publik, ketiga adalah pemanfaatan media untuk penyampaian pesan, selanjutnya pemilihan komunikasi yang tepat dalam penyampaian pesan akan mempermudah publik mengerti apa yang ingin disampaikan dalam kampanye public relations. Terakhir melihat bagaimana respon publik terhadap pesan yang sudah disampaikan.

Dalam pelaksanaannya kampanye public relations lebih mengutamakan untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat umum sedangkan propaganda, lebih mencari dukungan dari masyarakat umum dengan mengutamakan unsur paksaan. (Ruslan 2013: 66)

Sebelum melakukan suatu kampanye, ada beberapa hal-hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan kampanye public relations. Menurut Ruslan (2013: 74) ada beberapa komponen yang harus terdapat dalam kegiatan salah satunya yaitu pemilihan program yang akan dilakukan menentukan apakah kampanye ini dapat memiliki feedback yang bagus kepada perusahaan, maka dari itu program yang terdapat dalam kampanye public relations harus sesuai dengan tujuan utama kegiatan kampanye itu sendiri.

Kampanye yang dilakukan praktisi public relations pastinya memiliki tujuan yang hendak dicapai. Menurut Gregory (2004: 78) tujuan kampanye biasanya ditetapkan di salah satu dari tiga level yang ada. Level pertama yaitu kesadaran (awareness) membuat publik sasaran untuk berpikir dan paham terhadap tujuan dan memberikan informasi tentang kampanye yang sedang dilakukan. Level kedua yaitu sikap dan opini (attitudes dan opinion) setelah publik paham dan mengetahui tujuan dari kampanye akan membuat publik membentuk sikap dan opini mereka tentang kegiatan kampanye. Level ketiga yaitu perilaku (behaviour), pada tahap level yang terakhir ini publik yang sudah membentuk opini mereka tentang kegiatan kampanye yang dilakukan public relations, akan bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan sesuai tujuan utama dalam kegiatan kampanye

Dalam pelaksanaan kegiatan kampanye ada beberapa tahapan perencanaan yang perlu dilakukan dalam program kampanye agar kampanye yang dilaksanakan dapat mencapai tujuannya. Menurut Rosady Ruslan (dalam Gregory 2004: 99 - 105) ada 10 proses tahapan atau rangkaian tahapan perencanaan dalam kampanye. Yang pertama yaitu melakukan analisis dari berbagai faktor seperti aspek politik, ekonomi, sosial, dan teknologi, kedua yaitu menetapkan tujuan yang ingin dicapai, ketiga yaitu menetapkan publik atau khalayak sasaran yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kampanye, selanjutnya yaitu melihat bagaimana persepsi masyarakat umum mengenai kegiatan kampanye yang akan dilakukan dan juga melihat keinginan masyarakat umum agar pesan yang disampaikan dapat diterima, selanjutnya yaitu menetapkan strategi yang akan digunakan dalam pelaksanaan

kampanye seperti memiliki program yang sudah terencana dengan menentukan tim yang akan terlibat dalam proses pelaksanaan kampanye dan juga memperhatikan besaran dana yang akan dilakukan dalam kegiatan kampanye, selanjutnya memperhatikan beberapa faktor seperti kreativitas dan mengembangkan ide – ide untuk mencapai tujuan dari kegiatan kampanye itu sendiri, selanjutnya menentukan berapa lama waktu yang akan dilakukan selama proses kegiatan kampanye tersebut, menentukan sumber daya yang akan terlibat dalam pelaksanaan kampanye seperti anggota yang akan terlibat langsung dalam kegiatan kampanye, dan juga memilih media apa saja yang akan digunakan untuk melakukan komunikasi selama pelaksanaan kampanye, selanjutnya yaitu melakukan evaluasi terhadap kegiatan kampanye yang sudah dilakukan, evaluasi dilakukan untuk mengetahui dimana letak kekurangan selama pelaksanaan kampanye, yang terakhir yaitu melakukan peninjauan kembali untuk memperbaiki kekurangan yang terdapat dalam pelaksanaan kegiatan kampanye..

Berhasil atau tidaknya kampanye public relations tergantung kepada pihak-pihak yang terlibat dan tentunya sasaran kampanye itu sendiri, Untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan penggiatan program kampanye public relations. Menurut Ruslan (2013: 80 – 81) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Pertama, temukan tujuan yang hendak dicapai, kegiatan kampanye public relations tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, untuk memperoleh pencapaian tersebut dalam perencanaan sebelumnya harus dengan pemikiran yang matang, agar tujuan dapat tercapai. Selanjutnya adalah tentukan sasaran kampanye, menentukan sasaran kampanye yang tepat dapat mempermudah kampanye dalam pelaksanaannya.

Tentukan jangka waktunya, jangka waktu dalam pelaksanaan kampanye harus ditetapkan apakah kampanye yang bersifat jangka pendek atau jangka panjang, praktisi public relations harus berpikir apakah kampanye yang hendak dilakukan akan lebih efisien jika dijalankan dengan jangka waktu yang pendek atau jangka waktu yang panjang. Tentukan publik sasarannya, pastikan pesan yang ingin disampaikan dalam kegiatan kampanye ini sesuai dengan yang sudah direncanakan terlebih dahulu, apakah pesan dalam kegiatan kampanye ini dibuat untuk

pemerintah, masyarakat, ataupun customer dari sebuah perusahaan. Selanjutnya yaitu tentukan tema, topik, atau isu dari kampanye, dalam prosesnya kegiatan kampanye pesan yang ingin disampaikan apakah sudah sesuai dengan tujuan utama dari dibuatnya kampanye itu sendiri, kampanye public relations memiliki maksud dan tujuan dalam pelaksanaan kampanye, publik yang menjadi sasaran dalam kampanye diarahkan sesuai keinginan dari kegiatan kampanye public relations. Selanjutnya tentukan fasilitas, perlengkapan, dan sarana yang akan menunjang dalam kampanye, penetapan fasilitas dan perlengkapan dalam pelaksanaan kampanye akan dapat membantu kelancaran dari kampanye tersebut, yang terakhir yaitu 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. Keberhasilan mengkampanyekan perusahaan dalam melalui kampanye public relations dapat membangun kredibilitas nama perusahaannya yang pada akhirnya akan membuat citra dari perusahaan menjadi lebih baik di mata publik.

b. Aktivitas Humas Guna Menunjang 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:

1. Hubungan dengan Komunitas (community relations)

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.

2. Hubungan dengan media massa dan pers (media & press relations)

Hubungan dengan media adalah alat untuk mendukung semua kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan menjaga hubungan baik dengan media, perusahaan dapat mengurangi dampak berita-berita negatif tentang perusahaan.

3. 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.

Rosady Ruslan (2013:29-30) menyebutkan dalam melakukan kampanye ada beberapa media yang dapat digunakan selama proses kegiatan kampanye, antara lain, media umum seperti surat, telepon, fax, dan telegraf, yang kedua media massa seperti media cetak, surat kabar, majalah, tabloid, bulletin, dan media elektronik, dan media khusus seperti iklan, logo yang dapat digunakan untuk melakukan promosi, yang terakhir media internal untuk digunakan kepentingan kalangan terbatas

Sopian (2016: 14) menyebutkan bahwa untuk menjadi seorang public relations hubungan dengan berbagai pihak media massa harus dilandasi pemahaman profesional terhadap media massa itu sendiri, media massa sebagai organisasi pemberitaan dan bisnis, media massa merupakan lembaga pemberitaan yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat umum, informasi atau tulisan yang dimuat media massa dapat dikategorikan sebagai informasi yang bernilai berita dan informasi bernilai promosi.

Untuk mendukung selama proses pelaksanaan program kampanye, praktisi public relations perlu menyebarluaskan kampanye yang dilakukan agar sasaran publik atau bahkan masyarakat umum dari tujuan program kampanye dapat menerima pesan yang ingin disampaikan dalam kampanye public relations, untuk mendukung hal itu praktisi public relations perlu membangun hubungan dengan pers dan membangun kerjasama sebagai mitra yang sama-sama menghormati profesi dan profesionalisme masing-masing. Soemirat dan

Elvinaro(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.

Soemirat dan Elvinaro (2016:192) menyebutkan ada beberapa hal yang bisa dilakukan seorang praktisi public relations melalui penggunaan internet, yang pertama yaitu public relation harus menyadari press release yang dibuat dapat di akses dan dipahami oleh khalayak luas, yang kedua publik dapat mengakses website perusahaan yang sudah dibuat, yang terakhir public relations dapat membuat *mailing list* dari publiknya melalui email.

Dengan memanfaatkan internet praktisi public relations dalam menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik internal dan eksternal, melalui internet juga praktisi public relations juga lebih menghemat waktu dan biaya. Ada beberapa hal yang dapat menguntungkan seorang praktisi public relations dengan melakukan kegiatan kehumasan dengan memanfaatkan internet, antara lain 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.(Soemirat dan Elvinaro:2016:194)

Membina hubungan dengan berbagai pihak eksternal merupakan hal yang cukup penting bagi seorang praktisi public relations, salah satu hubungan dengan pihak eksternal yang cukup penting dan krusial ialah menjalin hubungan dengan pemerintah, karena kelangsungan hidup perusahaan tidak terlepas dari pernah pemerintah. Hubungan dengan pemerintah pada intinya merupakan

upaya membentuk dan mengembangkan saling pengertian, pemahaman akses dan dukungan optimal serta kerjasama dari pemerintah. Menjalin komunikasi dengan pemerintah sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi seperti elektronik mail dan internet merupakan hal yang tidak asing jika seorang praktisi public relations menjalin hubungan dengan pemerintah.

“Bentuk hubungan dengan pemerintah yang dapat dilakukan, dengan memberikan ucapan selamat hari jadi pemerintah, baik pemerintah daerah atau kota, pengiriman agenda bagi instansi-instansi pemerintah terkait, mengadakan kegiatan kesenian, olahraga, mensponsori kegiatan baik dalam konteks nasional maupun internasional dalam rangka mengharumkan nama bangsa, mengundang pejabat pemerintahan untuk meresmikan suatu acara perusahaan, dan terakhir melakukan kegiatan lobby secara baik dengan pihak pemerintah untuk memperlancar kegiatan suatu perusahaan”. (Anggoro dan Estu, 2002:130)

“Untuk mendukung kegiatan hubungan dengan komunitas dan dapat membentuk relasi yang baik, antara lain menggali, membentuk dan membuat sesuatu yang dibutuhkan, menghilangkan sesuatu yang membuat masalah, memperkenalkan arti kemandirian, memanfaatkan secara lebih optimal atas apa yang telah dimiliki dan melibatkan masyarakat tak mampu, berbagi peralatan, fasilitas dan keahlian profesional, memberi pengajaran, konsultasi, menggerakkan dan mengaktifkan masyarakat, dan sebagainya”.(Moore, 2002:19)

Dengan pemanfaatan internet hubungan antara suatu perusahaan dengan komunitas dapat berjalan dengan baik dan bisa mendapatkan timbal balik antara komunitas dengan perusahaan dan sebaliknya. Soemirat dan elvinaro (2016:196) mengatakan cara paling mudah untuk mempublikasikan informasi-informasi tentang apa saja yang dilakukan perusahaan dalam membina hubungan komunitas antara lain dengan memanfaatkan website perusahaan:

- 1.Mendatar ke Mailing list
- 2.Menyebarkan undangan Open House
- 3.Memberikan Informasi
- 4.Promosi tentang proyek atau program bersama

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.

c. Analisis SWOT

Untuk mengetahui bagaimana program yang sudah dijalankan berhasil atau tidaknya diperlukan analisis untuk melihat apakah program yang sudah dilakukan memiliki kelebihan dan kelemahan dalam pelaksanaannya. Dalam Analisis SWOT terdapat empat aspek yang diperhatikan yaitu, Strength, weakness, opportunities, dan threats. Analisis SWOT membandingkan antara keempat faktor tersebut.

Dalam aspek strength, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan diperlukan strategi untuk mendukung dari kekuatan yang ada. Dalam aspek weakness perusahaan memiliki kelemahan dalam program yang dijelankannya, strategi yang harus diterapkan adalah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dalam aspek opportunities perusahaan menghadapi peluang yang ada dan meminimalkan masalah – masalah yang timbul. Dalam aspek threats, perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan dari internal maupun eksternal. (Rangkuti, 2004:18-19)

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivis melihat realita sebagai konstruksi

sosial, kebenaran suatu realitas bersifat relatif. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan cara wawancara mendalam yang bertujuan untuk mengkonfirmasi temuan-temuan yang diperoleh. Dalam penelitian kualitatif paradigma konstruktivis digunakan untuk memahami fenomena yang terjadi di masyarakat.

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah enam bulan. Lokasi penelitian berada di IeSPA (Indonesia e-Sports Association) di Jakarta

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi

Pengambilan data yang dilakukan dengan menggunakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian

- b. Wawancara

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam kepada narasumber yang telah dipilih.

- c. Dokumentasi

Untuk mendukung hasil dari penelitian ini, peneliti juga akan menambahkan beberapa hal yang mendukung penelitian ini berupa foto kegiatan yang dilakukan bagian humas dari IeSPA (Indonesia e-Sports Association)

3. Narasumber Penelitian

Peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap narasumber yang peneliti anggap kompeten dan sesuai dengan penelitian ini, yaitu bagian humas dan yang terkait dari IeSPA (Indonesia e-Sports Association)

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Humberman. Menurut Salim (2006:25) pada analisis ini terdapat empat komponen tahapan yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Peneliti memperoleh data yang dibutuhkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti

b. Reduksi Data

Data-data yang diperoleh kemudian dipilih dan menentukan data-data mana saja yang sesuai dengan tema dari penelitian ini

c. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan cara menganalisis data yang telah diperoleh, data-data yang diperoleh selanjutnya dikaitkan dengan teori-teori tentang humas, dan kampanye public relations untuk menganalisis hasil temuan dan pembahasan dalam penelitian ini

d. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap terakhir ini peneliti melakukan suatu kesimpulan dari data-data yang sudah peneliti analisis yang sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN



A. IeSPA (Indonesia e-Sports Association)

Perkembangan Esports di Indonesia dibuktikan dengan dibentuknya IeSPA (Indonesia e-Sports Association) IeSPA merupakan asosiasi yang dibentuk oleh pemerintah yang bertugas untuk meregulasi Esports di Indonesia. IeSPA secara resmi dibentuk pada ¹1 April 2013 untuk menjadi perwakilan bagi para pemain dan penggiat Esports di Indonesia untuk menyalurkan aspirasi, prestasi, dan prestasi mereka, pentingnya sebuah asosiasi yang untuk mewakili para komunitas Esports di Indonesia merupakan salah satu hal yang penting untuk ikut menyebarluaskan Esports di Indonesia. IeSPA secara resmi dikukuhkan pada 24 Juni 2014 oleh FORMI (Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia) bertempat di Gedung Serba Guna Senayan, Jakarta. Dengan Visi yang dimiliki IeSPA yaitu Indonesia sebagai negara yang berprestasi dan disegani di bidang e-Sports, IeSPA dalam kegiatannya melakukan hal – hal yang berkaitan untuk menyebarluaskan e-Sports

¹ <http://www.iespa.or.id/about.html> (akses 13 Maret 2018)

seperti salah satunya yaitu dengan pembuatan turnamen – turnamen berskala nasional hingga internasional yang di dukung oleh pemerintah dan IeSPA juga melakukan sosialisasi seputar e-Sports kepada masyarakat umum di Indonesia khususnya masyarakat yang masih belum paham tentang pengertian dari e-Sports itu sendiri . Selain telah didukung oleh FORMI, IeSPA saat ini juga telah menjadi anggota IeSF (International e-Sports Federation), dengan masuknya IeSPA sebagai anggota IeSF IeSPA akan menjadi bagian dari asosiasi e-Sports dunia dan menjadi perwakilan Indonesia dalam kegiatan – kegiatan yang dibuat oleh IeSF.

B. Susunan Keanggotaan:

Dewan Kehormatan :Menkoinfo Republik Indonesia, Letjen. (Purn) Bpk. H. Agum Gumelar, Ibu. Rita Subowo (Ketua Umum Komite Olimpiade Indonesia)

Dewan Pembina : Bpk. H. Mahyudin.S.T.MM, Bpk. Dr. Iskandar Z.A

Dewan Penasehat : Bpk. Budiman Sudjatmiko, Bpk.DR. Ir. Arif Budimanta.M.Sc, Bpk. Adisatrya Suryo Sulisto.MBA

Pengawas : Helpi Sikumbang

Ketua Umum : Eddy Lim

Wakil Ketua Umum 1 : R.M Angky Trijaka

Wakil Ketua Umum 2 : William Tjahyadi

Wakil Ketua Umum Bidang SDM IT, Digital & Games : Dedi Irvan

Sekretaris Jenderal : Prana Adisapoetra

Wakil Sekretaris Jenderal : Emir Kresna Wardana, Arief Widhiyasa

Bendahara Umum : Erwin Ignatius

Divisi Pengembangan Komunitas Atlet E-sports dan Event : Andrew Tobias , Muhammad Hardiansyah

Divisi Humas dan Publikasi : Suryadi Kintani ,Sofian Rustiawan, Senpri Widjaja,
Steven Tjia

Divisi Pengembangan Komunitas PC Games : Richard Permana

Divisi Pengembangan Komunitas Console Games : Christian Lyman, Achmad
Fadh

Divisi Pengembangan Komunitas E-sport Wanita : Fram Shaw, Monica "Nixia"

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Peneliti telah melakukan pengambilan data dengan menggunakan teknik wawancara terkait dengan strategi kehumasan IeSPA dalam mengkampanyekan E-Sports di Indonesia. Berikut ini adalah data dari narasumber penelitian ini:

1. William Tjahyadi selaku Wakil Ketua Umum IeSPA, wawancara dengan William Tjahyadi dilakukan dengan wawancara langsung pada tanggal 26 Januari 2018 di Depok Jawa Barat, penulis juga melakukan wawancara lanjutan melalui email dengan mengirimkan pertanyaan kepada William Tjahyadi (Hasil wawancara melalui email terdapat di lampiran).
2. Prana Adisapoetra selaku Sekertaris Jendral IeSPA, wawancara dengan Prana Adisapoetra dilakukan dengan wawancara via email dengan memberikan daftar pertanyaan pada tanggal 28 Desember 2017 (Hasil wawancara melalui email terdapat di lampiran).

Data yang diperoleh dari William Tjahyadi selaku Wakil Ketua Umum IeSPA merupakan data primer dari penelitian ini, dan data yang diperoleh dari Prana Adisapoetra selaku Sekertaris Jendral IeSPA merupakan data sekunder dari penelitian ini. 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 e-Sports Association)

Manajemen Kampanye IeSPA

Kampanye merupakan salah satu kegiatan yang berada dalam lingkup kegiatan kehumasan, kampanye digunakan sebagai untuk membantu perusahaan mencapai tujuan serta visi dan misinya. Ruslan, (2013:63) mengatakan kampanye yang dilakukan oleh seorang humas memiliki tujuan untuk membuat khalayak umum dapat mengerti terhadap kegiatan kampanye yang dilakukan oleh praktisi humas. Kdalam pelaksanaan proses kampanye perlu diperhatikan dengan benar dari tahap awal, pelaksanaan, dan sampai ke evaluasi. Ruslan (dalam Gregory 2004: 99 – 105).

A. Manajemen Kampanye Kegiatan Kehumasan Media

Strategi dalam suatu organisasi, merupakan salah satu hal yang terpenting dan mendasar, dengan memiliki strategi yang tepat akan menjadi salah satu keunggulan kompetitif organisasi. Kegiatan kehumasan harus sesuai dengan visi dan misi perusahaannya, kontribusi kepada perusahaan dengan menjadi bagian dari strategi dan melakukan survey untuk kepentingan perusahaan.(Soemirat dan Elvinaro: 2016: 192)

Hubungan dengan media adalah alat untuk mendukung semua kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan menjaga hubungan baik dengan media, perusahaan dapat mengurangi dampak berita-berita negatif tentang perusahaan (Beard 2004:118). Dalam menjaga hubungan dengan media IeSPA menjalin hubungan dengan beberapa media khususnya media – media yang berbasis Internet, contoh beberapa media yang menjalin hubungan dengan IeSPA antara lain kotakgame, ligagame, gameqq serta Metro Tv. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Ya kotakgame, kebanyakan media-media yang berbasis IT trus Kompas Metro, Metro sih kebanyakan, Metro tv yang dekat sama kita, setiap kita ada apa pasti metro tv juga ada” (William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Pernyataan dari Wakil Ketua Umum IeSPA tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Sekertaris Jendral IeSPA yang menyatakan bahwa untuk media online IeSPA bekerja sama dengan Ligagame, Kotakgame, dan GameQQ. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Media online antar lain ligagame, Kotakgame, GameQQ, dll.” (Prana, wawancara dengan penulis, 28 Desember 2017)

Berikut ini merupakan contoh berita tentang IeSPA di Ligagame:



Sumber:<http://ligagame.tv/9-Esports-news/762-federasi-Esports-asia-akan-bertemu-dengan-indonesia-asian-games-2018-organizing-committe>, akses 13 Maret 2018)

Gambar tersebut di atas merupakan berita di ligagame.tv yang ditulis dengan judul “Federasi Esports Asia Akan bertemu Dengan Indonesia Asian Games 2018 Organizing Committe”. Berita tersebut berisikan mengenai pertemuan persiapan Esports di Asian Games 2018 yang dihadiri oleh Ketua Umum IeSPA Bapak Eddy Lim dan Sekjen dari Federasi Esports Asia Bapak Loghman Shavarany asal Iran. (<http://ligagame.tv/9-Esports-news/762-federasi-Esports-asia->

akanbertemu-dengan-indonesia-asian-games-2018-organizing-committe,akses13
Maret 2018)

Berikut ini merupakan contoh berita tentang IeSPA di Kotakgame:



Sepanjang tahun 2015 kemarin dunia eSports Indonesia terus mengalami perubahan. Perubahan-perubahan yang kru KotGa maksud ini adalah perubahan positif yang diharapkan dapat menaikkan kualitas eSports di Indonesia. Wadah eSports Indonesia yaitu IeSPA kerap menggelar kerjasama dengan beberapa lembaga pemerintahan seperti kementerian perindustrian serta lembaga luar luar seperti IeSF. Dalam artikel kali ini kru KotGa akan mengajak Kotakers untuk

Gambar tersebut di atas merupakan berita di Kotakgame yang ditulis dengan judul “Inilah Program Kerja Asosiasi Esports Indonesia yang Wajib Gamer Pantau Realisasinya”. Dalam berita tersebut IeSPA memiliki program kerja antara lain yaitu merapat ke senayan, perancanganan program internet cepat, dan kerjasama dengan IeSF dan diselenggarakannya TAFISA ke 6.(
<http://www.kotakgame.com/minifeature/detail/0/1804/Inilah-Program-Kerja-Asosiasi-eSports-Indonesia-y>, akses 13 Maret 2018)

Berikut ini merupakan contoh berita tentang IeSPA di GameQQ:

IeSPA Berangkatkan Kontingen ke Kejuaraan Dunia Esports 2015.



By **Gerry Eka** 0

December 01, 2015

Berita baik mengawali bulan Desember ini datang dari ranah E-sports Indonesia.



Indonesia E-Sports Association dengan bangga akan mengirimkan kontingen tim nasional E-Sports Indonesia yang terdiri dari

Gambar tersebut di atas merupakan berita di GameQQ yang ditulis dengan judul “IeSPA Berangkatkan Kontingen ke Kejuaraan Dunia Esports 2015. Berita tersebut berisikan tentang IeSPA mengirimkan kontingen tim nasional Esports Indonesia yang terdiri dari 5 atlet League of Legends, 1 atlet Hearthstone. (<http://www.gameqq.net/news/11439-iespa-berangkatkan-kontingen-ke-kejuaraan-dunia-esports-2015>, akses 13 Maret 2018)

Berikut ini merupakan contoh berita tentang IeSPA di Metrotvnews:

IeSPA Siap Gelar IESF World Championship Jakarta 2016 Bulan Depan

Selasa, 13 September 2016 21:26

Riandanu Madi Utomo, **Metrotvnews.com,**

Jakarta: Indonesia akan menjadi tuan rumah pagelaran *esport* internasional bulan depan. Pagelaran yang bernama IESF World Championship Jakarta 2016 tersebut akan diselenggarakan pada tanggal 6 hingga 9 Oktober 2016 di Mall ABC Ancol Convention Center, Jakarta.

Acara tersebut tidak hanya menampilkan pertandingan tiga game *esport*, ada 40

Gambar tersebut di atas merupakan berita di metrotvnews.com yang ditulis dengan judul “IeSPA Siap Gelar IESF World Championship Jakarta 2016 Bulan Depan. Berita tersebut berisikan tentang IeSPA sebagai penyelenggara sekaligus tuan rumah menjadi penanggung jawab penuh acara IESF World Championship 2016 di Jakarta. (:<http://metrotvnews.com/teknologi/game/VNx9m8qb-iespa-siap-gelar-iesf-world-championship-jakarta-2016-bulan-depan>, akses 13 Maret 2018)

IeSPA sebagai asosiasi resmi dibawah Kementerian Pemuda dan Olahraga tentunya memiliki beberapa media untuk menyebarluaskan informasi mengenai Esports. Salah satu media yang dimiliki IeSPA yaitu website sebagai informasi tentang IeSPA ataupun informasi seputar Esports, dengan mengakses www.iespa.or.id kita dapat melihat website resmi dari IeSPA dan informasi tentang Esports di dalamnya, dan di dalam website IeSPA juga terdapat sebuah forum untuk

membahas seputar Esports dan pembahasan tentang turnamen – turnamen Esports. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut ini:

“Aktif kalau untuk pembahasan turnamen, soalnya mereka suka post soal turnamen-turnamen, misalnya yang mau bikin turnamen kayak seperti kaskus tapi pembahasan soalnya turnamen-turnamen, sekarang soalnya orang lebih aktif difacebook sih daripada di forum kalau untuk bahas membahas gitu” (William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berikut adalah website resmi dari IeSPA:

CONTACT US 2006 admin@iespa.or.id

IeSPA

INDONESIA e-SPORTS ASSOCIATION

Home Forum News Event Rules About
Contact

Visi IeSPA
Terwujudnya Masyarakat Indonesia yang berprestasi di bidang e-Sport...

Misi IeSPA
Menyebarkan e-Sport ke masyarakat Indonesia di seluruh pelosok tanah air...

Tujuan IeSPA
Meningkatkan produktivitas dan semangat berkompetisi masyarakat, lewat e-Sport...

Official Partner

IeSPA Gelar TAFISA World Games 2016
IeSPA mulai mempersiapkan diri menghadapi The Association For International Sport for All (TAFISA) World Games 2016 yang akan digelar di Jakarta pada 6-12 Oktober, dan melibatkan 110 negara peserta. Untuk menyukseskan ajang yang disebut sebagai olimpiade-nya olahraga rekreasi itu, Presiden Indonesia Joko Widodo telah menetapkan Keputusan Presiden tentang Panitia Pengarah dan Panitia Penyelenggara The 6th TAFISA World Sport for All Games 2016 yang melibatkan 11 kementerian dan Kepala Kepolisian Republik Indonesia serta Federasi Olahraga Seluruh Masyarakat Indonesia (FOSMI).

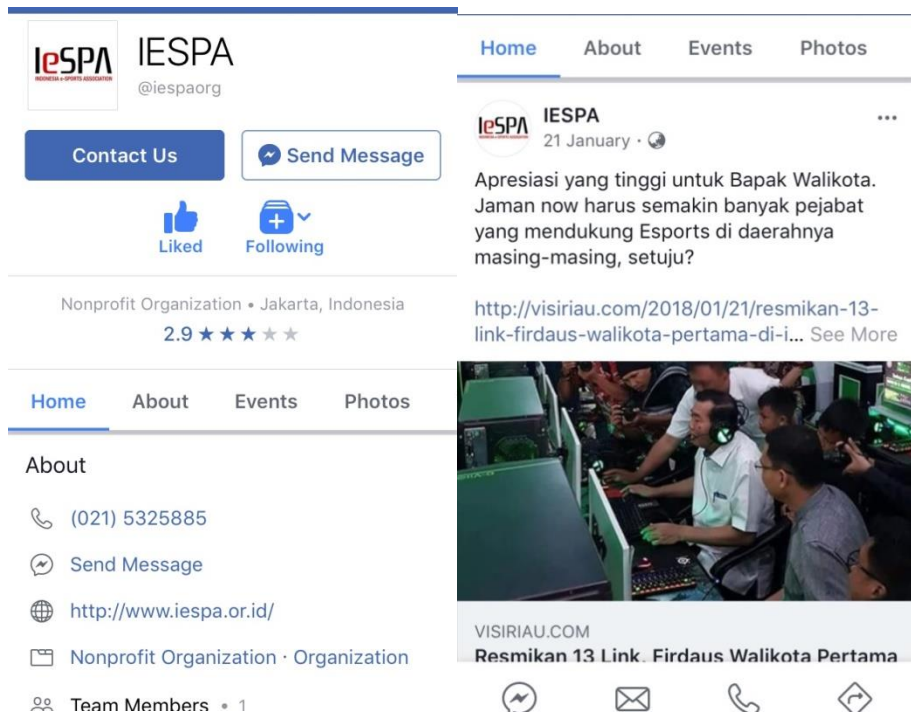
Sumber: <http://www.iespa.or.id/>, akses 13 Maret 2018

Dengan mengakses <http://www.iespa.or.id/> di dalam website tersebut bisa dilihat beberapa program dan event yang sudah dilakukan oleh IeSPA dan juga bisa membuat kerja sama dengan IeSPA dengan menghubungi kontak yang terdapat pada website tersebut di dalam website IeSPA juga menjelaskan apa Visi dan Misi, Official Partner dari IeSPA, dan Official Tournament Venue, serta dukungan dari pemerintah yaitu Kementerian Pemuda dan Olahraga, Kementerian Komunikasi dan Informatika, dan Kementerian Perindustrian.

Saat ini media sosial merupakan media yang paling tepat untuk memberikan informasi apapun, informasi yang diberikan lewat media sosial lebih cepat tersampaikan kepada publik dan juga sangat mudah untuk mengakses media sosial saat ini. IeSPA menggunakan beberapa media sosial yang dipakai untuk memberikan informasi seputar Esports media sosial yang digunakan antara lain yaitu facebook, twitter, instagram. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Kalau media, sosial media pasti ya sosial media dan praktek secara langsung kita dateng ke kampus-kampus”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

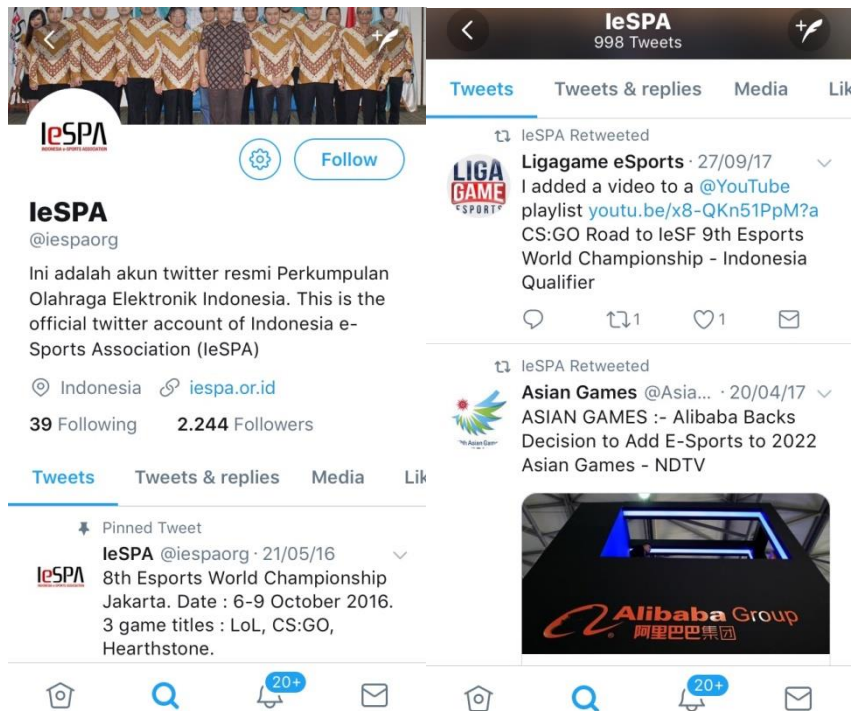
Berikut merupakan facebook resmi dari IeSPA:



Sumber: <https://www.facebook.com/iespaorg/>, akses 13 Maret 2018

Gambar tersebut di atas merupakan Facebook resmi yang dimiliki IeSPA, facebook resmi dari IeSPA ini sudah difollow sebanyak 14,474 pengguna facebook, facebook dari IeSPA merupakan media sosial yang paling aktif dibandingkan media sosial iespa yang lainnya yaitu twitter dan instagram. Postingan terakhir di facebook IeSPA yaitu saat tulisan ini dibuat yaitu 21 Januari 2018, postingan terakhir IeSPA yaitu tentang pemberitaan Walikota Pekanbaru yang mendukung Esports.

Berikut merupakan twitter resmi dari IeSPA:



Sumber: <https://twitter.com/iespaorg>

Gambar di atas merupakan twitter resmi yang dimiliki IeSPA, twitter resmi dari IeSPA ini sudah di follow sebanyak 2244 pengguna twitter, postingan terakhir twitter resmi IeSPA saat tulisan ini dibuat yaitu pada 27 September 2017 postingan terakhir itu tentang Kompetisi World Championship 9th Espots Qualifier Indonesia untuk CS:GO yang di retweet dari twitter media parnter IeSPA yaitu Ligagame eSports.

Berikut merupakan Instagram resmi dari IeSPA:



Sumber: <https://www.instagram.com/iespaorg/>



Gambar di atas merupakan instagram resmi yang dimiliki IeSPA, instagram resmi dari IeSPA ini sudah difollow sebanyak 516 pengguna instagram, postingan terakhir instagram resmi IeSPA saat tulisan ini dibuat yaitu pada 13 Oktober 2017 tentang pertemuan antara IeSPA dengan Ketua Panitia Pelaksana Asian Games/INASGOC Bapak Erick Thohir untuk mendiskusikan agenda Esports sebagai cabang Exhibition pada multi event Asian Games 2018 Jakarta

Press Release dan Konferensi Pers yang di *upload* di media sosial yang IeSPA miliki dan juga mengundang beberapa media partner dari IeSPA untuk meliput Konferensi Pers yang IeSPA buat. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut ini:

“Ya kadang ada, kayak yang kita bikin waktu TAFISA itu masuk di Metro TV, CNN Indonesia masuk, kalau misalnya Cuma kerja sama kayak

IeSPA dengan NVDIA itu aku rasa gak sampai masuk ke Kompas Cuma media partner aja, sama media sosial” (William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berikut ini adalah contoh Press Release yang sudah dibuat IeSPA dan di *upload* di Facebook IeSPA:

 <p>PENGURUS NASIONAL PERKUMPULAN OLAHRAGA ELEKTRONIK INDONESIA Indonesia e-Sports Association Jl. Raya Perjuangan no 88, Komplek Graha Kembara Blok CF-CG, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530, Telp/Fax: 021 5325885. www.iespa.or.id</p>	 <p>PENGURUS NASIONAL PERKUMPULAN OLAHRAGA ELEKTRONIK INDONESIA Indonesia e-Sports Association Jl. Raya Perjuangan no 88, Komplek Graha Kembara Blok CF-CG, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530, Telp/Fax: 021 5325885. www.iespa.or.id</p>
<p>Press Release</p> <p>Terkait dengan gagal berangkatnya Tim AKARA, sebagai wakil resmi membawa nama Indonesia pada ajang 9th E-Sports World Championship Busan 2017, Pengurus Nasional Perkumpulan Olahraga Elektronik Indonesia (IESPA) ingin memberikan kronologis sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Segera setelah proses qualifier CS : GO selesai dan menghasilkan tim AKARA sebagai pemenang, IESPA langsung memulai proses keberangkatan mereka dengan meminta kepada management tim AKARA untuk mempersiapkan pas foto dan scan passport masing-masing pemain untuk data tersebut di submit kepada International E-Sports Federation (IESF).2. Pada tanggal 12 Oktober 2017, segera setelah selesainya proses submit data, IESF memberikan <i>invitation letters</i> untuk seluruh kontingen Indonesia yang akan berangkat ke Busan. <i>invitation letters</i> adalah satu-satunya dokumen pendukung dari IESPA yang AKARA perlukan untuk menyelesaikan proses <i>apply visa</i> mereka. Di hari yang sama, IESPA langsung memberikan <i>invitation letters</i> tersebut kepada AKARA agar proses <i>apply visa</i> bisa segera dimulai.3. Pada tanggal 24 Oktober 2017, IESPA menanyakan kepada AKARA apakah visa sudah selesai diurus. AKARA menyatakan belum diurus dan akan diurus pada tanggal 1 November 2017 dikarenakan mereka akan berangkat ke Manila, Filipina pada tanggal 26-30 Oktober 2017.4. Setelah mengetahui informasi tersebut, IESPA menyiapkan rencana cadangan yaitu akan memberangkatkan juara 2 Qualifier yaitu BOOM.ID. Pada tanggal 25 Oktober 2017, IESPA menghubungi pihak BOOM.ID agar bersiap-siap dalam hal dokumen administrasi supaya bisa segera <i>apply visa</i> Korea untuk berjaga-jaga jika AKARA tidak sempat dalam mengurus visa. Masih pada tanggal yang sama, IESPA juga menyampaikan rencana cadangan ini kepada management AKARA dan mereka meyakinkan kepada kami bahwa visa semua akan beres pada tanggal 6 November 2017.5. Segera setelah diyakinkan oleh management AKARA, IESPA melanjutkan proses berikutnya yaitu pemesanan tiket dan agenda pelepasan kontingen oleh pihak Kemenpora RI. Tiket dipesan pada tanggal 31 Oktober 2017 untuk keberangkatan tanggal 7 November 2017 dan mendarat di Busan pada tanggal 8 November 2017.6. Pada tanggal 6 November 2017, siang hari, IESPA mendapat kabar bahwa visa AKARA tidak akan selesai pada hari itu. Pada hari itu pula, kami mendapatkan bukti <i>receipt</i> bahwa pengajuan visa dimulai pada 1 November 2017 dan akan keluar pada tanggal 9 November 2017.7. Pada tanggal 7 November 2017 (pagi hari), perwakilan IESPA bertolak ke Busan tanpa 5 pemain AKARA. 5 tiket untuk pemain AKARA yang sudah IESPA belikan, akhirnya hangus tidak terpakai.	<ol style="list-style-type: none">9. Segera setelah perwakilan IESPA tiba di Busan, kami secara intensif melobi pihak IESF agar bisa memundurkan jadwal pertandingan CS:GO Indonesia ke tanggal 10 November 2017. Sebagai informasi bahwa jadwal kedatangan resmi seluruh kontingen di Busan adalah tanggal 8 November dan opening ceremony pada tanggal 9 November.10. Pada tanggal 8 November 2017 siang hari, pihak management AKARA masih meyakinkan ke IESPA bahwa tetap ingin berangkat dan siap untuk membeli tiket pengganti. <p>Namun pada malam hari, secara sepihak management AKARA membatalkan kepergian. IESPA sudah sampaikan kepada mereka bahwa mereka masih bisa bertanding jika berangkat pada tanggal 9 November (malam) dan tiba pada tanggal 10 November 2017, dengan kondisi WO 1 match. Namun management AKARA tidak mengubris. Pada tanggal 9 November siang hari, visa mereka tetap keluar sesuai jadwal di <i>receipt</i>.</p> <ol style="list-style-type: none">11. IESPA menyalkan pembatalan sepihak yang dilakukan oleh management AKARA dan juga menyalkan kenapa mereka tidak memanfaatkan waktu antara tanggal 12 – 25 Oktober 2017 untuk memproses visa dengan segera. Waktu yang lebih dari cukup untuk mendapatkan visa Korea sebelum mereka bertanding di Manila.11. Demikian kronologis ini kami buat, semoga bisa memperjelas kejadian yang terjadi. Seluruh kronologis dibuat berdasarkan bukti pembicaraan yang tercatat dalam <i>e-mail</i>, <i>instant messaging</i> dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. <p>Jakarta, 10-11-2017</p> <p>Pengurus Nasional Perkumpulan Olahraga Elektronik Indonesia</p> <p>PRANA ADISAPOTERA SEKRETARIS JENDERAL</p>

Sumber: <https://www.facebook.com/iespaorg>, akses 13 Maret 2018

Gambar di atas merupakan Press Release yang dibuat IeSPA dan di *upload* di halaman facebook dari IeSPA. Pada gambar di atas isi dari press release tersebut adalah permasalahan antara IeSPA dengan salah satu team Esports di Indonesia yaitu Akara, permasalahan tersebut dimulai dari team Akara gagal berangkat ke Korea Selatan sebagai perwakilan dari Indonesia pada ajang 9th Esports World Championship Busan 2017, gagalnya team Akara berangkat ke Korea Selatan dikarenakan permasalahan visa sehingga team Akara gagal berangkat ke Korea Selatan mewakili Indonesia di 9th Esports World Championship Busan 2017. Menurut kronologi IeSPA pihak dari IeSPA team Akara sudah meyakinkan IeSPA bahwa visa akan selesai tanggal 6 November tetapi di tanggal 6 November IeSPA

mendapatkan laporan bahwa visa team Akara baru akan selesai tanggal 9 November dikarenakan pengajuannya dilakukan pada tanggal 1 November, dari IeSPA sendiri pun mengaku telah bernegosiasi dengan penyelenggara 9th Esport 2017 World Championship dan Akara seharusnya bisa bertanding tanggal 10 November tetapi pihak Akara tiba-tiba membatalkan untuk hadir. Komunikasi pun diklaim sudah dilakukan pihak IeSPA, namun tim Akara tetap tidak merespon yang pada akhirnya tidak ada perwakilan dari Indonesia pada ajang 9th Esports World Championship Busan 2017.

Dalam kegiatan kehumasannya IeSPA juga membuat Konferensi Pers sebagai penyampaian informasi kepada masyarakat umum. Konferensi Pers yang dilakukan oleh IeSPA adalah salah satunya yaitu tentang kompetisi World Championship 32 negara dan bertanding di Indonesia, dan rencana pengembangan Esports di Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut ini:

“Iya tahun lalu misalnya, kita ada World Championship, pasti ada pengumuman dong, kita bikin konferensi pers kita mau bikin world championship kompetisi 32 negara datang ke Indonesia untuk bertanding Esports, ada konferensi pers, nanti asian games kita pasti ada konferensi pers, kita bagian dari asian games lebih kayak gitu kalo konferensi pers, trus kita juga ada berbagai kesepakatan, contohnya 2 tahun lalu kita sudah ada pernah kesepakatan dengan Universitas Bina Nusantara bahwa setiap anak SMA yang sudah pernah mewakili Indonesia juara di luar negeri itu boleh gratis kuliah di Binus asal ada buktinya”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berikut adalah Konferensi Pers yang sudah dibuat IeSPA:



Sumber:<http://www.kotakgame.com/berita/detail/36735/KONFERENSI-PERS-Penuturan-Ketua-FORMI-dan-IeSPA-Seputar-Rencana-Pengembangan-E-Sports-di-Indonesia>, akses 13 Maret 2018

Gambar diatas merupakan Konferensi Pers yang dibuat IeSPA. Konferensi Pers yang dilaksanakan pada 24 Juni 2014 itu dihadiri oleh Bapak Haryono Isman selaku ketua FORMI, Bapak Eddy Lim selaku ketua IeSPA dan beberapa perwakilan dari IeSPA dalam konferensi pers tersebut disebutkan bahwa perencanaan mengenai pelatnas yang akan dibuat oleh IeSPA, dan juga IeSPA akan mendukung beberapa event yang akan diadakan oleh Lyto, Megaxus, Garena selaku perusahaan dan Developer Game yang ada di Indonesia.

b. Manajemen Kampanye Komunitas

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 (Beard 2004:118). Dalam menjaga hubungan dengan komunitas IeSPA selalu terbuka untuk mendukung kepada komunitas yang ingin membuat sebuah acara dan IeSPA selalu mengundang komunitas untuk acara yang dibuat oleh IeSPA dan banyak dari komunitas yang membuat acara serta mengundang IeSPA untuk ikut berpartisipasi dalam acara tersebut. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut ini:

“Kebanyakan malah komunitas punya acara yang ngundang kita, kebanyakan ya gitu misalnya kampus ada workshop untuk anak muda bahas Esports biasanya undang iespa, kadang komunitas juga ada, misalnya kayak WOG, WOG kan istilahnya mereka EO minta dukungan iespa untuk suport ya kita bantu, tapi kalau kita bikin acara ya pasti kita undang komunitas.”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berikut ini merupakan contoh hubungan IeSPA dengan Komunitas:



Sumber: <https://www.facebook.com/iespaorg/>

Gambar tersebut di atas merupakan salah satu acara yang dibuat oleh komunitas dan IeSPA acara yang dilaksanakan pada 21 Mei 2016 itu berjudul Indonesia FIFA Community Gathering, dalam acara tersebut selain gathering komunitas FIFA Indonesia juga mengadakan *Mini Competition* FIFA 16 PS4 dengan hadiah Rp.7.000.000, untuk mengikuti perlombaan tersebut biaya registrasi adalah Rp.100.000 /SLOT, acara ini bertempat di Yonek Resto and Bar Ruko Kelapa Gading Park View Jakarta Utara.

Awal berdirinya IeSPA dibuat oleh komunitas gaming yang ada di Indonesia (<http://www.iespa.or.id/about.html>, akses 13 Maret 2018). Sebagai Asosiasi yang juga berasal dari beberapa komunitas gaming yang ada di Indonesia tentunya anggota dari IeSPA banyak yang berasal dari komunitas yang ada. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“IeSPA justru terbentuk dan diisi oleh orang – orang atau tokoh yang punya pengalaman di komunitas” (Prana, wawancara dengan penulis, 28 Desember 2017)

Sebagai asosiasi resmi dibawah Kementrian Pemuda dan Olahraga IeSPA sesuai dengan salah satu misi IeSPA yaitu mendorong bertumbuhnya komunitas dan industri Esports di Indonesia yaitu dengan cara membuat kepengurusan dari tiap – tiap daerah di Indonesia yang ingin menjadi perwakilan dari IeSPA di daerah – daerah yang ada di Indonesia, komunikasi antara IeSPA daerah dengan IeSPA pusat tentunya akan membantu misi dari IeSPA itu sendiri, koordinasi dari IeSPA daerah ke IeSPA pusat yaitu salah satunya setiap program yang akan dibuat dan dilakukan selalu di beritahu terlebih dahulu ke IeSPA pusat agar IeSPA pusat juga mengetahui bagaimana program yang akan dilakukan tersebut. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Ya tergantung mereka gimana mereka mau sosialisasinya kadang mereka di daerah mereka sendiri mereka bikin workshop di sekolah daerah mereka sendiri, ada yang bikin ada yang gak gitu tergantung mereka sih , kita lebih melepas kayak misalnya oh mereka udah jadi partner anggota IeSPA mewakili bali gitu kan, mereka mau bikin kebijakan di bali mereka yang urus, paling kalau komunikasinya ke pusat mereka mau bikin program seperti apa, acara seperti apa lebih ke gitu sih (William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Menurut IeSPA terdapat dua kategori untuk masyarakat, kategori yang pertama yaitu orang – orang yang memang terjun ke dalam dunia Esports ataupun orang – orang yang menjadi penikmat Esports, dan kategori yang kedua yaitu orang – orang yang masih awam tentang Esports. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Respon khalayak umum terhadap eSports setelah mengikuti workshop IeSPA tentu sangat baik, tetapi jika ditanya keinginan publik tentu konteksnya berbeda, karena publik yang dimaksud ada 2 kategori, orang-orang pelaku/penikmat eSports dan orang-orang yang awam tentang

eSports. Keinginan penikmat eSports tentunya infrastruktur serta dukungan yang lebih lagi untuk perkembangan eSports di Indonesia, dan yang awam tentunya harus kita lebih sosialisasikan lagi apa itu eSports beserta benefitnya (William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Bagi sebagian masyarakat umum saat ini masih meragukan tentang Esports itu sendiri, bagi masyarakat umum yang masih awam belum mengetahui apa itu Esports dan apa yang bisa di dapat dari Esports itu sendiri, pasalnya stereotype terhadap bermain game sejak dahulu ada bermain game hanyalah membuang – buang waktu ataupun uang saja, dalam setiap kegiatan yang dilakukan IeSPA selalu memberikan informasi tentang apa itu Esports sehingga masyarakat yang belum paham tentang Esports dapat mengerti apa itu Esports. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

Mereka daripada bertanya sebenarnya lebih kita jelasin dulu karena mereka gatau mau nanya apa jadi kita jelasin dulu esport seperti apa, industrinya seperti apa lalu nanti yang menjawab pertanyaan itu maksudnya biasanya pertanyaan orang-orang itu apalagi orang tua, guru-guru, dosen-dosen, kenapa anak-anak itu gaboleh main game pertanyaan dasarnya Cuma satu kalo gede anaknya mau jadi apa, karena takutnya kalo Cuma main game gak bisa kerja gatau jadi apa makanya kita juga jelasin Esports industri, jenjang karirnya seperti apa kayak peluang-peluang apa yang bisa dikembangkan di Esports, selain itu juga sih kita juga bikin beberapa kompetisi, tahun lalu ada world championship di jakarta yang di ancol, nanti asian games ada Esports itu kita yang handle dari IeSPA” (William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Pernyataan dari Wakil Ketua Umum IeSPA tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Sekertaris Jendral IeSPA yang menyatakan bahwa bagi sebagian orang awam yang mungkin baru mengenal apa itu Esports masih ragu terhadap keberadaan Esports di Indonesia dan bagaimana Esports itu dikategorikan menjadi salah satu cabang olahraga dunia. Hal ini sesuai dengan hasil kutipan wawancara berikut ini:

“Secara mayoritas, masyarakat umum masih belum memahami apa itu Esports, mengapa video game dikategorikan sebagai sports/olahraga” (Prana, wawancara dengan penulis, 28 Desember 2017)

Berdasarkan uraian tersebut di atas di Indonesia Esports merupakan hal yang baru bagi sebagian masyarakat umum dan bahkan beberapa ada yang belum mengetahui apa itu Esports, jika kata Esports sendiri di artikan ke dalam bahasa Indonesia Esports artinya Olahraga Elektronik, yang pengertiannya adalah olahraga yang berbasis elektronik, untuk pandangan masyarakat umum yang masih awam tentang Esports yang menjadi pemikiran tentang Esports tentunya hanyalah bermain game tetapi khususnya pandangan para orang tua ataupun guru – guru di sekolah memiliki pandangan bahwa game hanyalah membuang- buang waktu saja sebenarnya jika di telusuri lebih dalam Esports lebih hanya dari sekedar bermain game, terdapat Industri yang besar di dalam Esports itu sendiri, terlebih lagi Esports saat ini sudah di akui oleh dunia sebagai salah satu cabang olahraga bahkan juga di pertandingkan di dalam olimpiade.

c. Manajemen Kampanye 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 (Beard 2004:118). Dalam menjalin hubungan dengan pemerintah, IeSPA sebagai asosiasi resmi dibawah pemerintah bertugas untuk meregulasi Esports di Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Ya yang itu tadi kita ada di bawah kementrian pemuda dan olahraga jadi IeSPA bertugas meruglasi Esports di Indonesia istilahnya sama aja kayak PSSI, kita kan di bawah kementrian pemuda dan olahraga jadi dibawah kementrian pemuda dan olahraga itu ada FORMI ada KONI, kalau misalnya ada olahraga-olahraga yang mainstream kayak sepakbola basket itu KONI olahraga-olahraga yang di olimpiadekan, kalau olahraga-olahraga yang tidak di olimpiadekan masuknya ke FORMI, FORMI itu misalnya kayak shaolin, modern dance, bmx itumasuknya kesana jadi olahraga-olahraga yang gak masuk

olimpiade masuknya kesana, kan ada dong kompetisi-kompetisi kayak bmx, modern dance segala macam, nah IeSPA itu masuk ke FORMI, tapi langkah-langkahnya kita emang mau ke olimpiade untuk Esports jadi olahraga resmi di seluruh dunia, jadi dibawah kementrian pemuda dan olahraga kan banyak sekali induk-induk olahraga yang meregulasi olahraga tersebut, kayak PSSI dan PBSI, jadi kita ya sama seperti mereka, jadi kalau untuk timbalnya baliknya kita gak cari profit gak cari tenar tapi kita hanya mensosialisasikan Esports ke berbagai pihak William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berdasarkan uraian tersebut di atas IeSPA di bawah kementrian pemuda dan olahraga masuk ke dalam induk organisasi dari FORMI (Federasi Olahraga Rekreasi Masyarakat Indonesia) pada awalnya Esports masuk ke dalam FORMI sebagai olahraga yang tidak dipertandingkan dalam olimpiade, tetapi atas langkah – langkah IeSPA dan organisasi Esports di dunia saat ini Esports menjadi cabang olahraga yang diakui oleh dunia dan juga masuk ke dalam cabang olahraga yang di pertandingkan di olimpiade.

Dalam pelaksanaan kegiatan program yang dijalankan IeSPA sebagai asosiasi resmi dibawah pemerintah, IeSPA memberikan agenda kegiatan dan disampaikan ke pemerintah terkait yaitu kepada Federasi Olahraga Rekreasi Indonesia (FORMI) dan Deputi III Kemenpora. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Agenda kegiatan disampaikan kepada pihak Federasi Olahraga Rekreasi Indonesia (FORMI) dan Deputi III Kemenpora(Prana, wawancara dengan penulis 28 Desember 2017)

Pernyataan dari Sekertaris Jendral IeSPA tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Wakil Ketua Umum IeSPA yang menyatakan bahwa jika program dari IeSPA membutuhkan dukungan dari pemerintah IeSPA mengirim proposal tentang program yang akan dijalankan baik itu bentuk dukungan dana ataupun dukungan dari pejabat pemerintah untuk membuka acara yang dilaksanakan oleh IeSPA. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“misalnya kalau kita minta dukungan dana kita pasti ngajuin proposal nanti di evaluasi sama mereka, kalau secara resmi itu ada tapi kalau misalnya gak butuh apa-apa misalnya kalau kita bikin acara sendiri tanpa minta dukungan pemerintah ya bisa juga. Ya kita biasanya kasih tau sih, karena kita kan bagian dari mereka, kayak WOG minta dibuka sama orang pemerintah ya kita undang suruh buka acara kayak gitu-gitu kalau misalnya bisa pak Menteri, kalau gak ya ketua FORMI tergantung situasi sih Ya bisa dari Menkominfo bisa dari Menpora, tergantung jadwal, kalau kita bisa undang ya bagus gitu kan”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa IeSPA dalam pelaksanaan programnya jika dibutuhkan meminta dukungan dari pemerintah terkait untuk membantu baik itu lewat bantuan dana ataupun membuka sebuah acara yang dilakukan IeSPA yang biasanya dilakukan oleh Mentri dari Kemenpora, Menkominfo ataupun ketua FORMI yang bisa dan memiliki waktu untuk membuka acara dari IeSPA.

Menurut Ruslan (2013:99) dalam menetapkan tujuan perlu diperhatikan apakah tujuan dari kegiatan kampanye ini dilakukan untuk jangka panjang atau jangka pendek. IeSPA dibentuk untuk untuk meregulasi Esports di Indonesia agar perkembangan Esports di Indonesia lebih teratur dan juga diharapkan Esports menjadi salah satu cabang olahraga yang dapat membanggakan Indonesia dimata dunia. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut ini:

“Kalau tujuan utamanya kita itu meregulasi Esports di Indonesia maksudnya kalau gak ada yang kontrol kan gak jelas, mengatur Esports di Indonesia, mencari dukungan pemerintah agar Esports di akui, jadi kita mendukung industri Esports dari dalam dan juga keluar.” (William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh IeSPA yaitu merubah pandangan masyarakat umum khususnya yang masih awam tentang Esports, dalam beberapa program yang dilakukan IeSPA seperti workshop ke sekolah – sekolah ataupun ke kampus IeSPA selalu memberikan penjelasan tentang Esports khususnya kepada para guru – guru dan dosen agar mengerti bagaimana itu Esports dan apa saja yang

bisa di dilakukan dan di dapatkan dari Esports. Hal tersebut sesuai dengan hasil kutipan wawancara berikut:

“Ya kayak game bisa merusak nilai, game merusak anak, tantangan orang-orang yang mendalami Esports itu adalah merubah paradigma pandangan orang-orang yang mengetahui Esports itu hanya main game doang, padahal Esports itu main game sebagai pekerjaan makustnya ada industri dibalik itu, itu sih salah satu pandangan orang yang paling susah dirubah, sampai makanya kita jelasin Esports itu kalau kamu menang kamu dapat hadiah segini kalau kamu masuk team besar, seperti NXL kamu dibayar perbulan trus kamu juga dapat fasilitas, misalnya kamu jadi pelatih, analis, apapun itu dilain itu kamu bisa jadi announcer orang teknisi di belakang panggung, jadi tim produksi, itu kan jadi satu industri baru, Esports itu baru populer sekitar 2005 keatas masih baru sekali bahkan kalau di Indonesia sendiri orang-orang tahunya yang 2010 ketas”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Dalam menetapkan tujuan yang dicapai tentunya perspektif yang benar tentang Esports harus juga disampaikan kepada masyarakat umum agar masyarakat umum tidak menganggap Esports sebagai hal yang tidak memiliki manfaat, perspektif yang benar tentang Esports tentunya juga akan dapat membantu tercapainya tujuan dari IeSPA itu sendiri. Pernyataan dari Wakil Ketua Umum IeSPA tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Sekertaris Jendral IeSPA yang menyatakan bahwa masyarakat umum harus mengetahui kebenaran tentang Esports itu sendiri agar masyarakat umum tidak salah paham terhadap keberadaan Esports di Indonesia. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut ini:

“Tujuannya adalah bahwa memberikan perspektif yang benar tentang Esports bahwa bidang ini bukan hanya sekedar bermain video game namun juga bisa menjadi ajang berprestasi, membanggakan negara dan juga mendapatkan penghasilan” (Prana, wawancara dengan penulis, 28 Desember 2017)

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui tujuan dibentuknya IeSPA sebagai asosiasi resmi dari pemerintah adalah meregulasi Esports yang ada di Indonesia agar keberadaan Esports di Indonesia dapat diatur dan

mengembangkan Esports di Indonesia dengan memberikan perspektif yang benar tentang Esports di masyarakat umum, saat ini masyarakat umum masih belum mengetahui perspektif yang benar terhadap ESports maupun Games, banyak hal yang bisa didapat jika terjun ke dalam dunia Esports, mulai dari menjadi atlet Esports yang di kontrak oleh sebuah team profesional Esports, di Indonesia sendiri sudah banyak bertebaran team – team Esports di Indonesia yang memberikan gaji bagi para pemainnya di atas UMR, contoh team Esports di Indonesia yang menerapkan gaji pemainnya di atas UMR yaitu TEAMnxl, dan jika dilihat lebih luas lagi untuk team – team Esports di Luar negeri pendapatan tiap bulan yang bisa didapat bahkan bisa melebihi 50 juta per bulannya. Hal ini sesuai dengan hasil kutipan wawancara berikut:

“Ya terserah organisasinya, Esports kan belum masuk ke undang-undang belum teratur kan masih garis abu-abu, tapi kalau di NXL sendiri ya kita kurang lebih diatas UMR kalau diluar negeri lebih gila lagi bisa 60 sampai 80 juta perbulan”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Hasil wawancara yang telah penulis lakukan terhadap narasumber diperoleh data bahwa sebelum melakukan program yang akan di lakukan IeSPA terlebih dahulu menyiapkan beberapa hal yang perlu disiapkan seperti bahan materi untuk melakukan workshop dan juga IeSPA melakukan analisis terhadap persepsi apa yang sedang berkembang pada masyarakat umum terhadap Esports itu sendiri. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Kalau kita lebih menyiapkan bahan, menyiapkan materi untuk workshop atau kunjungan-kunjungan ke sekolah dan kampus- kampus dan kita lihat responnya seperti apa” (William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Pernyataan dari Wakil Ketua Umum IeSPA tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Sekertaris Jendral IeSPA yang menyatakan bahwa terlebih dahulu melihat persepsi yang berkembang di masyarakat umum dan berusaha untuk menyampaikannya dengan positif agar persepi masyarkat umum tentang Esports

tidak salah dengan mengetahui kebenarannya dari Esports itu sendiri. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut ini:

“Analisis terhadap persepsi apa yang berkembang di masyarakat umum terhadap Esports itu sendiri lalu berusaha untuk mengcounterinya dengan hal positif” (Prana, wawancara dengan penulis, 28 Desember 2017)

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa analisis yang dilakukan IeSPA yaitu antara lain menyiapkan beberapa bahan materi yang akan dipakai untuk melakukan salah satu program yang IeSPA lakukan yaitu workshop dan kunjungan – kunjungan ke sekolah, dan juga melihat persepsi apa yang sedang berkembang di masyarakat tentang Esports, dalam setiap pelaksanaan kegiatan yang dilakukan IeSPA selalu memberikan perspektif yang benar tentang Esports agar masyarakat umum mengerti apa itu Esports sebenarnya.

Menurut Ruslan (2013: 74) Pemilihan program akan menentukan apakah kampanye ini dapat memiliki feedback yang bagus kepada perusahaan, program yang terdapat dalam kampanye public relations harus sesuai dengan tujuan utama kegiatan kampanye itu sendiri. Pemilihan program yang dilakukan IeSPA berupa seperti melakukan workshop di sekolah – sekolah dan kampus, membuat turnamen yang berskala internasional, dan beberapa dari anggota IeSPA sering menjadi pembicara untuk E-Sports di kampus – kampus. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Banyak sih, ada beberapa paling dasarnya kita pasti ada support turnamen-turnamen besar di indonesia seperti WOG (World Of Gaming) di jogja juga ada kayak gitu kan ada supported by iespa, kita juga ada workshop workshop di kampus kampus sama di sekolah sekolah, kita juga sering diundang jadi pembicara di sekolah di kampus nah itu kita kasih tau Esports itu apa, jenjang karirnya seperti apa penjelasan esport secara keseluruhan supaya anak-anak termasuk orang tua dan para gurunya kurang lebih tau Esports itu seperti apa ya lebih kayak gitu, kita kadang juga ada konferensi pers, kadang-kadang kalo ada pengumuman sesuatu, tapi kebanyakan ya kita jadi pembicara di kampus, misalnya Binus suka mengundang Untar juga suka mengundang kadang mereka ada undang untuk talkshow bahas soal Esports,kalo untuk divisi bagian humasnya tadi firdan

sebut ya kurang lebih seperti itu”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa IeSPA melakukan programnya di sekolah-sekolah dan kampus untuk memberikan pengetahuan yang benar tentang Esports itu seperti apa agar masyarakat umum yang khususnya para pelajar dan mahasiswa dapat mengetahui tentang keberadaan Esports di Indonesia dan berbagai keuntungan yang didapat jika terjun ke dalam dunia Esports, selain melakukan kegiatannya di sekolah – sekolah dan kampus IeSPA juga melakukan kegiatannya berupa memberikan support kepada beberapa event organizer yang ingin membuat sebuah event ataupun tournament yang ingin di support langsung oleh IeSPA dan juga melakukan kerjasama dengan berbagai komunitas yang berkaitan dengan Esports.

Dalam mengembangkan Esports di Indonesia IeSPA bekerjasama dengan berbagai pihak untuk kemajuan Esports di Indonesia, beberapa pihak yang bekerjasama dengan IeSPA salah satunya yaitu AGI (Asosiasi Game Indonesia) dan Perusahaan Game di Indonesia yaitu Garena dan Lyto. Bentuk kerjasama yang dilakukan oleh IeSPA dengan Perusahaan Game di Indonesia yaitu ikut dalam pelaksanaan acara – acara tahunan Lyto seperti kompetisi yang dilakukan oleh Lyto dan Garena. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“IeSPA juga seringkali bekerjasama dengan AGI (Asosiasi Game Indonesia), yang keanggotaannya terdiri dari CEO/owner dari publisher dan developer game di Indonesia, seperti Bapak Andy (Owner Lyto), Bapak Arief W selaku pendiri Agate, dan lainnya. Bisa dicek di website AGI. Bekerja sama dengan AGI tentu sudah seperti bekerja sama dengan para perusahaan game di Indonesia, dan salah satu bentuk nyatanya adalah keikutsertaan IeSPA dalam acara-acara tahunan Lyto seperti perlombaan game-game Lyto”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Salah satu bentuk kerjasama IeSPA dengan Garena:



Sumber:<http://www.kotakgame.com/berita/detail/37071/Yuk-Lihat-Daftar-Kompetisi-IeSPA-Pada-2014-Ini>

Berdasarkan gambar tersebut di atas merupakan salah satu keterlibatan IeSPA dalam kompetisi yang dibuat oleh Garena, “kompetisi itu berjudul League of Legends Garuda Series yang di selenggarakan pada 5 Juli sampai 6 September 2014 kompetisi ini memperebutkan total hadiah Rp. 100.000.000 dan pemenang pertama dalam kompetisi ini akan dikirim sebagai perwakilan Indonesia sebagai atlet eSports Nasional dalam ajang Garena Premiere League (GPL)”.(Fakry, www.kotakgame.com/berita/detail/37071/Yuk-Lihat-Daftar-Kompetisi-IeSPA-Pada-2014-In, akses 13 Maret 2018.)

Menurut Ruslan (2013:100) mengatakan publik dalam sasaran kampanye humas dapat membantu selama proses pelaksanaan kampanye Khalayak sasaran dari IeSPA tentu saja masyarakat umum yang masih belum paham mengenai E-Sports dan. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut ini:

“Masyarakat umum jelas karena salah satu tujuan utama IeSPA itu mensosialisasikan Esports kepada masyarakat umum supaya mereka tahu Esports itu apa benefitnya itu seperti apa ya otomatis target utamanya ya orang-orang yang belum tahu Esports”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa sasaran utama dari IeSPA untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia adalah masyarakat

umum yang belum mengetahui apa Esports itu, apa saja yang bisa didapatkan jika masuk ke dalam dunia Esports.

Dari keanggotaan IeSPA yang sering terlibat langsung dalam kegiatannya yaitu para petinggi dari IeSPA itu sendiri antara lain Ketua, Wakil Ketua Umum, dan juga dari divisi lain di IeSPA. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Beberapa diantaranya yang kerap kali menjadi pembicara Ketua Umum IeSPA, Eddy Lim, Wakil Ketua Umum 1 Angky Trijaka, Wakil Ketua Umum 2, William Tjahyadi, Richard Permana Owner dari TEAMnxl> dan seringkali menjadi kapten timnas Indonesia untuk divisi CS:GO (Counter Strike: Global Offensive)”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Menurut Ruslan (2013:101) evaluasi dilakukan untuk melihat kekurangan yang terjadi selama proses pelaksanaan kampanye dan dapat menjadi tolak ukur gagal atau berhasilnya kegiatan kampanye yang sudah dilakukan. IeSPA melakukan evaluasi dengan mengetahui bagaimana menjalankan event yang lebih efektif, dan juga mengetahui dimana letak yang kurang optimal. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Evaluasi tentu ada, contohnya bagaimana menjalankan event yang lebih efektif, dimana letak yang kurang optimal, seperti bagaimana produksi dan pengelolaan jadwal pertandingan yang efisien, bagaimana pengelolaan pemain, dan juga topik-topik apa yang lebih koheren (nyambung) dengan khalayak umum apabila IeSPA membawakan talkshow atau workshop.”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berikut merupakan bentuk hubungan IeSPA dengan Pemerintah:



Sumber: <http://www.iespa.or.id/news.html#fornas3>

Gambar tersebut di atas merupakan foto dari panitia IeSPA dengan juara 1, 2, 3 untuk perlombaan FIFA 15 sebagai salah satu cabang olahraga yang di pertandingkan di FORNAS III di Denpasar Bali. Festival Olahraga Rekreasi (FORNAS) III ini dibuka oleh Menpora Imam Nahrawi pada 10 Oktober 2015, IeSPA hadir dengan mengikuti FIFA 15 sebagai cabang olahraga yang dipertandingkan.

Dalam Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang, Esports masuk sebagai *exhibition match* di Asian Games, masuknya Esports ke Asian Games ini sudah dilakukan oleh IeSPA bertahun – tahun dan sosialisasi tentang bagaimana agar Esports bisa masuk ke dalam Olimpiade, masuknya Esports ke Asian Games ini IeSPA juga bekerja sama dengan berbagai organisasi seperti IOC (International Olympic Commite) dan badan anti narkoba, untuk game yang akan di demonstrasikan di Asian Games masih belum di ketahui dan masih banyak yang dipertimbangkan. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Kalau itu kita udah bertahun-tahun, udah sosialisasi, udah nanya-nanya gimana sih caranya masuk ke olimpiade gak Cuma kita, semua organisasi dunia melakukan hal yang sama, karena semua yang terlibat di Esports

pengennya Esports diakui sebagai olahraga, kita masih exhibition match jadi kayak, memarekan pada orang-orang game itu bisa jadi olahraga yang dipertandingkan di olimpiade, jadi tujuannya itu kita kasih tau dulu esports itu apa, kita kerjasama dengan berbagai organisasi seperti IOC (International Olympic Committee, trus kayak badan anti narkoba, karena sekarang untuk semua pemain udah ada anti doping test, seperti atlet jadi memang kita arahnya kesana, kebetulan tahun ini kita udah 99% nanti di asian games ada esports, jadi harapannya nanti next asian games udah di pertandingkan seperti apa nanti konsepnya tapi yang Cuma kita boleh kasih tau kalo 99% nanti esports ada di exhibition match di asian games. Itu masih dipertimbangkan sih, maksudnya kayak antara DOTA 5 lawan 5 atau kayak FIFA 1 lawan 1 itukan masih banyak faktor yang dipertimbangkan, kayak berapa durasinya jadi ada berbagai hal yang mesti dipersiapkan” William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berdasarkan uraian tersebut di atas masuknya Esports ke dalam Olimpiade saat ini membuktikan bahwa Esports bukan hanya sebuah Industri melainkan juga menjadi salah satu cabang olahraga yang di pertandingkan dalam Olimpiade makanya para pemain Esports profesional saat ini disebutnya atlet Esports karena Esports merupakan olahraga yang berbasis internet, saat ini untuk dapat mengikuti sebuah tournament Esports para pemainnya harus di tes terlebih dahulu apakah pemain tersebut menggunakan doping untuk mengikuti tournament tersebut sama halnya dengan para atlet olahraga yang lainnya.

Sebagai olahraga berbasis internet, Esports saat ini sudah diakui sebagai olahraga dan juga akan di pertandingkan di Olimpiade, sebagai asosiasi yang meregulasi Esports di Indonesia tentunya IeSPA berkeinginan untuk memiliki pelatnas seperti halnya olahraga yang lainnya, untuk pelatnas sendiri IeSPA sudah memiliki konsepnya tetapi belum dapat dijalankan karena masih banyak hal yang perlu di persiapkan. Hal tersebut sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

“Pengennya, jadi waktu itu kita udah sempat ada bikin konsepnya cuma belum bisa di jalanin karena masih banyak yang perlu di siapin”(William, wawancara dengan penulis, 26 Januari 2018)

Berdasarkan uraian tersebut di atas saat ini IeSPA masih berencana membuat sebuah pelatnas untuk Esports, Esports sebagai olahraga berbasis elektronik sebenarnya tidak jauh berbeda dengan olahraga lainnya yang menggunakan fisik, contohnya di dalam sebuah pertandingan Esports biasanya melibatkan kedua team yang berisi 5 orang pemain, koordinasi dan kerjasama antar team tentu dapat membuat sebuah team dapat memberikan kemenangan untuk team tersebut, mulai dari bagaimana strategi team untuk mengalahkan musuhnya, bagaimana pelaksanaan strategi dalam pertandingannya, bagaimana membaca strategi musuh sehingga dapat mengcounternya dengan agar strategi musuh dapat dikalahkan, dan tentunya untuk para atlet Esports ini membutuhkan stamina dan fisik yang kuat agar selama pertandingan berlangsung dapat berkonsentrasi, pasalnya dalam satu round pertandingan di Esports kita tidak bisa menentukan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan satu pertandingan, dalam satu pertandingan Esports dibutuhkan waktu puluhan menit untuk waktu tercepatnya dan untuk waktu terlamanya bisa berjam – jam waktu yang dibutuhkan hanya untuk satu round pertandingan maka dari itu daya tahan stamina untuk setiap atlet Esports itu sangat di perlukan.

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang kegiatan kampanye yang dilakukan oleh IeSPA untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia. Disini penulis akan membahas bagaimana tahap – tahap manajemen kampanye yang dilakukan oleh IeSPA mulai dari kegiatan kehumasan media, komunitas, dan pemerintah serta penulis juga akan membahas bagaimana kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh IeSPA untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia.

4.1 Tahap Manajemen Kampanye

Pada bagian ini penulis akan membahas tahapan manajemen kampanye yang dilakukan oleh IeSPA dari kegiatan kehumasan, komunitas, dan pemerintah.

a. Kegiatan Kehumasan Media

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 Esports. IeSPA menjalin hubungan dengan beberapa media yang berbasis internet seperti, Ligagame, Kotakgame, GameQQ, dan juga IeSPA menjalin hubungan dengan Metrotvnews.

Menurut Beard (2004:118) Menjaln 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 Esports di Indonesia dengan memberitakan tentang Esports atau pemberitaan mengenai IeSPA itu sendiri

Dalam hal konferensi pers, IeSPA pernah membuat konferensi pers pada 24 Juni 2014 dalam konferensi pers yang dibuat IeSPA pembahasan dalam konferensi pers yaitu mengenai perencanaan pelatnas yang akan dibuat oleh IeSPA, dan juga pemberian dukungan dari IeSPA untuk event – event yang akan diadakan oleh para Perusahaan Game dan Developer Game di Indonesia yaitu Garena, Lyto, Megaxus.

Dalam hal press release, IeSPA pernah membuat Press Release mengenai permasalahannya dengan Team Akara, Press Release yang dibuat oleh IeSPA tersebut di upload di halaman facebook resmi dari IeSPA, dengan membuat press release dan di upload di facebook resmi IeSPA, komunitas dan masyarakat umum jadi mengetahui permasalahan tersebut dari pandangan IeSPA. Dalam hal special event, IeSPA melakukan beberapa kegiatan seperti program yang dijalankan oleh IeSPA dan juga pembuatan event yang diikuti oleh komunitas yang terkait untuk ikut berpartisipasi dan juga beberapa media partner dari IeSPA untuk meliput kegiatan yang dilakukan oleh IeSPA

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 Esports di Indonesia dengan memberitakan informasi – informasi seputar Esports

Dalam melakukan publikasi IeSPA menggunakan beberapa media sosial yang digunakan untuk memberikan informasi seputar Esports dan kegiatan yang dilakukan IeSPA, beberapa media sosial yang digunakan oleh IeSPA untuk memberikan informasi seputar Esports dan kegiatan yang dilakukan oleh IeSP yaitu facebook, twitter, Instagram, dan juga website resmi yang dimiliki oleh IeSPA.

Menurut Ruslan (2013:13) tugas public relations adalah menyebarluaskan 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 Esoprts.

Untuk memberikan informasi seputar Esports atau kegiatan yang dilakukan IeSPA, IeSPA menginformasikannya melalui media resmi yang dimiliki yaitu salah satunya website resmi dari IeSPA. Tetapi saat tulisan ini dibuat 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 esports. Instagram dari IeSPA juga melakukan update terakhir pada 13 Oktober 2017 mengenai audiensi membahas Esports 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 Esports agar para komunitas dan masyarakat umum mengetahui bahwa IeSPA itu masih aktif dalam beberapa kegiatannya untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia.

Selain tidak aktifnya website dari IeSPA, pengurus IeSPA yang ada di daerah – daerah di Indonesia juga tidak aktif, jika dilihat dari salah satu tujuan IeSPA yaitu mensosialisasikan Esports di Indonesia seharusnya kepengurusan IeSPA yang ada di daerah lebih aktif dalam kegiatannya, hal ini akan berdampak pada sosialisasi Esports itu sendiri sosialisasi Esports yang dilakukan oleh IeSPA tidak merata di Indonesia dan hanya terfokus pada sosialisasi yang dilakukan oleh IeSPA pusat.

alah satu kegiatan yang perlu dilakukan dalam kegiatan kampanye adalah melakukan analisis yang berkaitan dengan kegiatan kampanye, analisis dilakukan untuk mengidentifikasi masalah yang ada analisis dilakukan sebagai langkah awal yang wajib dilakukan dalam kegiatan kampanye, dalam perencanaannya analisis yang dilakukan oleh IeSPA yaitu melihat bagaimana pandangan masyarakat umum mengenai Esports. Menurut Ruslan (dalam Gregory 2013:99) sebelum melakukan program kampanye ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan seperti faktor yang bersumber dari eksternal yaitu aspek politik, ekonomi, sosial dan, teknologi, serta opini publik yang ada. Berdasarkan teori tersebut IeSPA sudah melakukan salah satu analisis yang diperlukan untuk kegiatan program kampanye yaitu analisis dari aspek opini publik adalah melihat bagaimana persepsi masyarakat mengenai Esports. Di Indonesia Esports merupakan hal yang baru bagi sebagian masyarakat dan bahkan beberapa dari masyarakat bahkan tidak mengetahui apa itu yang dimaksud Esports

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

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

Berdasarkan teori tersebut di atas IeSPA perlu melakukan beberapa analisis lainnya seperti dari aspek politik yaitu mengetahui dan melihat bagaimana pendapat dan pandangan dari pemerintah mengenai Esports khususnya keberadaan Esports di Indonesia dan bagaimana cara ataupun kegiatan yang bisa dilakukan oleh IeSPA agar Pemerintah bisa mendukung penuh Esports di Indonesia yang salah satu contohnya pembuatan stadium Esports yang layak ataupun peningkatan dari infrastruktur itu sendiri. IeSPA juga perlu melihat dari aspek ekonomi dan sosial yang dimana jika di amati para pelaku dan peminat Esports kebanyakan masih berstatus sebagai pelajar maupun sebagai mahasiswa dan tidak sedikit juga yang menjadikan Esports sebagai salah satu pekerjaannya, dan dari aspek teknologi yang bisa dilihat dari bagaimana pemanfaatan teknologi yang baik dan benar agar kegiatan kampanye IeSPA dalam mengkampanyekan Esports bisa dilakukan dengan maksimal ataupun juga bisa dilihat dari keadaan infrastruktur di Indonesia apakah memadai untuk menyelenggarakan event atau turnamen yang berskala international, karena jika berkaitan dengan Esports penggunaan Internet merupakan salah satu hal yang penting dan tidak bisa disampingkan.

Kurangnya aspek – aspek yang menjadi bahan analisis IeSPA berdampak kurang maksimalnya kegiatan kampanye yang dilakukan oleh IeSPA khususnya dalam hal analisis yang dilakukan oleh IeSPA karena hanya melihat dari opini publik yang ada padahal untuk menganalisis suatu kegiatan kampanye diperlukan aspek – aspek lainnya yaitu dari aspek pemerintah, aspek ekonomi dan sosial.

Selanjutnya yaitu menentukan siapa sasaran dalam kampanye, dalam kegiatan kampanye untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia masyarakat

umum yang masih awam tentang Esports sebagai sasaran dalam kampanye IeSPA. Masyarakat umum menjadi tujuan dari IeSPA karena masyarakat umum perlu diberikan pemahaman yang benar tentang Esports.

Dalam menentukan khalayak sasarannya IeSPA memprioritaskan masyarakat umum sebagai sasaran utama dalam mengkampanyekan Esports di Indonesia, masyarakat umum yang masih awam tentang Esports menjadi fokus IeSPA untuk mensosialisasikan Esports agar masyarakat umum mengerti apa itu Esports dan apa saja yang didapatkan dari Esports, selain masyarakat umum pemerintah juga menjadi khalayak sasaran IeSPA untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia, sebagai sasaran khalayak pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan penuh kepada Esports di Indonesia, dan tentunya komunitas juga menjadi bagian dari khalayak sasaran dari IeSPA agar komunitas memahami apa itu Esports sebenarnya dan juga ikut mengkampanyekan Esports di Indonesia.

Dari khalayak sasaran yang ditetapkan oleh IeSPA ini berdampak positif untuk Esports di Indonesia maupun kepada IeSPA itu sendiri, dampak positif yang diberikan pemerintah yaitu salah satunya masuknya Esports sebagai exhibition match di Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang, serta dari komunitas juga turut mengkampanyekan Esports di Indonesia dengan mendukung berbagai kegiatan dari IeSPA baik itu event atau turnamen yang dibuat oleh IeSPA dengan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

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

Anne Gregory mengungkapkan (dalam ruslan, 2013: 99) “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 Esports melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh IeSPA, seperti yang sudah disebutkan sebelumnya untuk merubah pandangan tentang Esports bukan hanya dari masyarakat umum saja IeSPA juga perlu merubah pandangan Esports bagi para penikmat Esports agar para penikmat Esport mengerti dan paham bagaimana dunia Esports itu sebenarnya.

Untuk tujuan perusahaan IeSPA yaitu tujuan utama dari IeSPA itu sendiri yaitu meregulasi Esports di Indonesia, IeSPA sebagai asosiasi resmi di bawah Kementrian Pemuda dan Olahraga IeSPA dibentuk untuk meregulasi Esports di Indonesia saat ini Esports 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 Esports serta dapat membina hubungan yang baik dengan beberapa pihak – pihak yang terkait dengan Esports contohnya komunitas gaming yang ada di Indonesia , perusahaan game di Indonesia, media – media yang ada agar Esports dapat diketahui oleh masyarakat luas, jika berdasarkan teori tersebut di atas IeSPA perlu membuat tujuan prioritas baik itu meregulasi Esports ataupun memberikan pengetahuan tentang Esports kepada masyarakat umum agar dalam setiap tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaannya bisa maksimal.

b. Komunitas

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 Esports, sebaliknya IeSPA juga mengundang komunitas jika IeSPA membuat sebuah event atau turnamen Esports

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 Esports di Indonesia, IeSPA saat ini belum memiliki pelatihan nasional untuk Esports karena dari IeSPA sendiri masih perlu menyiapkan beberapa hal yang berkaitan dengan pelatihan nasional untuk Esports, jika berdasarkan tujuan utama dari IeSPA yaitu meregulasi Esports di Indonesia, seharusnya IeSPA sudah memiliki pelatihan nasional untuk Esports pasalnya pelatihan nasional akan dapat lebih mengasah ketrampilan dan kemampuan yang dimiliki oleh para pemain Esports di Indonesia dan juga karena saat ini Esports akan menjadi cabang olahraga yang dipertandingkan di Olimpiade maka dari itu pelatihan nasional untuk Esports perlu dibuat untuk kemajuan Esports 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 Esports yang benar dan juga memberikan informasi tentang apa saja yang keuntungan yang didapat jika masuk ke dalam dunia Esports, sehingga masyarakat umum yang

belum paham dan mengerti tentang Esports menjadi paham bagaimana Esports 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.

Di tahun 2017 IeSPA pernah terlibat masalah dengan salah satu komunitas yaitu, team Esports di Indonesia Team Akara. Permasalahan tersebut dimulai dari gagalnya Team Akara berangkat ke Korea Selatan untuk menjadi perwakilan dari Indonesia di turnamen 9th Esports 2017 World Championship, Team Akara mewakili Indonesia dalam game Counter Strike:Global Offensive. Batalnya Team Akara berangkat ke Korea Selatan ini dikarenakan permasalahan visa yang berakibat tidak adanya perwakilan Indonesia di turnamen 9th Esports 2017 World Championship di Korea Selatan, dari pihak 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.

Sebenarnya permasalahan visa ini bukanlah hal yang baru di dunia Esports, sudah banyak dari team – team Esports di luar negeri yang juga gagal mengikuti turnamen dikarenakan permasalahan visa, dampak dari kasus ini juga merugikan Indonesia yaitu dengan tidak adanya perwakilan dari Indonesia di turnamen 9th Esports 2017 World Championship di Korea Selatan, IeSPA sebagai asosiasi resmi dari pemerintah yang juga menjadi wadah komunitas Esports di Indonesia seharusnya lebih mendukung komunitas yang terlebih lagi menjadi perwakilan

Indonesia di ajang kompetisi internasional, dan juga akan berdampak kepada pandangan komunitas gaming di Indonesia terhadap IeSPA itu sendiri

Dalam pelaksanaannya untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia, IeSPA melakukan beberapa program yang dilakukan antara lain yaitu: Melakukan workshop di sekolah – sekolah dan kampus, membuat *event* atau *turnamen* dari skala nasional hingga internasional. Menurut Ruslan (2013:74) Pemilihan program yang akan dilakukan menentukan apakah kampanye ini dapat memiliki feedback yang bagus kepada perusahaan, maka dari itu program yang terdapat dalam kampanye public relations harus sesuai dengan tujuan utama kegiatan kampanye itu sendiri. Dalam program yang sudah dilakukan IeSPA dari program yang dilakukan adalah melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum baik itu di sekolah – sekolah ataupun di kampus kampus yang ada di Indonesia dan melakukan support turnamen – turnamen besar yang ada di Indonesia. Jika berdasarkan teori tersebut kegiatan kampanye harus sesuai dengan tujuan utama kegiatan kampanye itu sendiri, tujuan utama dari kampanye IeSPA itu sendiri adalah meregulasi Esports di Indonesia

Jika dilihat dari teori tersebut selain melakukan sosialisasi tentang Esports di sekolah – sekolah dan kampus IeSPA perlu juga melakukan beberapa program dengan beberapa pihak yang terkait dengan Esports dengan membuat program pelatihan kepada para atlet Esports itu sendiri, untuk program pelatihan nasional ini IeSPA sebenarnya sudah merencanakan hal ini tetapi karena masih banyak hal yang perlu dipertimbangkan dan dipersiapkan saat ini IeSPA belum memiliki pelatihan nasional kepada para atlet Esports di Indonesia

Pelatihan Nasional merupakan salah satu program yang penting untuk mencapai tujuan utama dari IeSPA yaitu meregulasi Esports di Indonesia, saat ini Esports sudah dikategorikan sebagai salah satu cabang olahraga resmi dan bahkan Esports juga masuk sebagai cabang olahraga di Olimpiade yang akan di pertandingkan hal ini dibuktikan dengan Esports akan masuk sebagai exhibition match Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang dan akan di pertandingkan

dalam Asian Games 2022 di Hangzhou China, maka dari itu pelatihan nasional merupakan salah satu hal yang penting untuk mendukung para atlet Esports yang ada di Indonesia.

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

Dalam salah satu pelaksanaan kegiatannya, salah satu kegiatan yang dilakukan oleh IeSPA yaitu menggelar ajang IeSF World Championship 2016 di Ancol Jakarta dalam pelaksanaannya terdapat masalah yang menghambat jalannya pertandingan dalam kompetisi tersebut.

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, walaupun acara ini sifatnya berskala international tapi banyak dari beberapa pihak yang kecewa terhadap event ini yang di adakan oleh IeSPA, 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 Esports 100% pertandingan memanfaatkan koneksi internet, dan koneksi internet yang cepat dan stabil sangat dibutuhkan dalam pertandingan di Esports, 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.

Dalam kegiatan kampanye tentunya pasti memiliki tahapan evaluasi, evaluasi dibuat untuk menjadi tolak ukur keberhasilan suatu program kampanye, Dalam kegiatannya IeSPA melakukan beberapa evaluasi yang berkaitan dengan program yang sudah dibuat oleh IeSPA, yang menjadi tolak ukur IeSPA sebagai bahan evaluasi yaitu antara lain, bagaimana menjalankan event yang lebih efektif, mencari letak kekurangan selama proses pelaksanaan, bagaimana produksi dan pengelolaan jadwal pertandingan dan para pemain

Menurut Ruslan (2013:104) mengatakan evaluasi dapat dijadikan sebagai alat untuk melihat dimana letak keberhasilan atau pencapaian selama kegiatan pelaksanaan kampanye berlangsung

Berdasarkan teori tersebut di atas IeSPA perlu melakukan beberapa evaluasi yang juga dianggap sebagai tolak ukur keberhasilan suatu kampanye yaitu dengan mengevaluasi kegiatan yang dilakukan oleh IeSPA apakah sudah diliput berbagai media massa atau hanya diliput oleh media partner dari IeSPA itu sendiri, pasalnya jika dilihat beberapa berita yang berkaitan dengan Esports hanya beberapa media yang khususnya berbasis internet yang memberitakan tentang Esports dan kebanyakan berita tentang Esports masuk sebagai kategori Teknologi yang pada kenyataanya saat ini Esports sudah menjadi cabang olahraga yang sudah diakui oleh dunia, maka dari itu IeSPA perlu mengevaluasi bagaimana agar Esports bisa diliput atau diberitakan oleh beberapa media massa yang ada di Indonesia tidak hanya berasal dari media partner IeSPA itu sendiri.

c. Pemerintah

IeSPA berdiri di bawah Kementrian Pemuda dan Olahraga dalam menjalin hubungan dengan pemerintah, IeSPA bertugas untuk meregulasi Esports di Indonesia, IeSPA juga mengundang pejabat dari pemerintah terkait untuk ikut berpartisipasi dalam event yang dibuat oleh IeSPA, pejabat dari pemerintah yang

biasanya ikut menjadi bagian dari event IeSPA yaitu dari Menkominfo maupun Menpora tergantung dari jadwal yang bersangkutan.

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.

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 Kementrian Komunikasi dan Informasi pada tahun 2015 mencanangkan program internet cepat. IeSPA bersama Kementrian Komunikasi dan Informasi mencanangkan program internet cepat, program internet cepat ini tentunya menjadi salah satu yang dilakukan untuk perkembangan Esports di Indonesia mengingat bahwa jika berkaitan dengan Esports terlebih turnamen Esports 100% menggunakan koneksi internet, dan koneksi internet yang cepat dan stabil sangat diperlukan dalam turnamen Esports.

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

Berdasarkan teori tersebut dalam hal pengiriman agenda bagi instansi – instansi pemerintah terkait, IeSPA dalam setiap kegiatannya mengirimkan agenda kegiatan kepada pihak federasi olahraga rekreasi Indonesia (FORMI) dan Deputi III Kemenpora. Pengiriman agenda kegiatan yang dilakukan oleh IeSPA kepada pemerintah terkait ini dapat membuat hubungan IeSPA dengan pemerintah menjadi

lebih baik dan juga keterlibatan pemerintah dari setiap kegiatan yang dilakukan oleh IeSPA.

Mengadakan kesenian olahraga, mensponsori kegiatan 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, Esports 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 Esports pertandingan Esports ini diikuti oleh 30 Negara yang 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 Esports sebagai salah satu cabang olahraga yang dipertandingkan di Asian Games, khususnya Esports masuk sebagai exhibition match di Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang. Dalam upaya IeSPA untuk memasukkan Esports sebagai exhibition match di Asian Games 2018 IeSPA pertama melakukan pengiriman surat kepada Sekertaris Kemenpora

Dalam surat permohonan tersebut di atas IeSPA sebagai induk organisasi resmi Esports mengajukan permohonan audiensi terkait penyampaian keinginan agar Esports bisa dimasukkan sebagai exhibition match pada Asian Games 2018. Dari dibuatnya surat permohonan tersebut Esports secara resmi akan menjadi

exhibition match 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 exhibiton match tersebut karena masih banyak pertimbangan dan perlu disiapkan.

D. Analisis SWOT terhadap tahap kampanye IeSPA

Strength (Keunggulan)

No	Keunggulan	Mendukung pada Tahap Kampanye	Efek pada Kampanye Esports
1	Melakukan Sosialisasi tentang Esports dan pembuatan even dan turnamen Esports	Mendukung pada tahap pelaksanaan Kampanye dalam pelaksanaan program – program IeSPA untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia	Dalam pelaksanaan program – program yang dilakukan oleh IeSPA yaitu sosialisasi tentang Eports masyarakat umum menjadi lebih mengerti tentang Esports dan benefit yang didapat dari Esports, 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	Mendukung pada tahap perencanaan kampanye untuk mengetahui persepsi masyarakat umum tentang Esports	Dengan melakukan analisa sebelumnya terhadap opini publik, IeSPA menjadi mengetahui apa pandangan masyarakat umum mengenai

			Esports dan dalam pelaksanaannya IeSPA dapat mengcounternya dengan perspektif yang benar tentang Esports. Menurut Rosady Ruslan (dalam Gregory 2004:99-105) analisa terhadap opini publik di masyarakat dapat menjadi acuan proses tahapan awal perencanaan kampanye
--	--	--	--

Weakness (Kekurangan)

No	Kekurangan	Menghambat pada Tahap Kampanye	Efek pada Kampanye Esports
1	Tidak memiliki pelatnas untuk atlet Esports	Tahap pelaksanaan kampanye yang menyebabkan kurangnya hubungan antara IeSPA dengan para atlet Esports di Indonesia	Dibentuknya IeSPA yaitu mempunyai tujuan utama untuk meregulasi Esports di Indonesia, Esports saat ini sudah menjadi cabang olahraga yang dipertandingkan dalam olimpiade, dengan tidak memiliki pelatnas untuk para atlet Esports, para atlet yang akan bertanding dalam Olimpiade tidak mendapatkan fasilitas dan pelatihan dari pihak pemerintah, padahal menurut Menurut Moore (2002:19) cara untuk mendukung kegiatan hubungan dengan

			komunitas dan dapat membentuk relasi yang baik yaitu salah satunya berbagi peralatan, fasilitas, dan keahlian professional
2	Kepengurusan IeSPA daerah di Indonesia kurang aktif	Tahap pelaksanaan kampanye yang menyebabkan sosialisasi tentang Esports tidak merata di Indonesia	Dalam pelaksanaan program IeSPA yaitu yang salah satunya melakukan sosialisasi tentang Esports kepada masyarakat umum menjadi tidak merata dan hanya terfokus pada sosialisasi yang dilakukan oleh IeSPA pusat. Menurut Rosady Ruslan (dalam Gregory 2004:99-105) dalam pelaksanaan program kampanye diperlukan koordinasi dengan melibatkan tim yang terlibat dalam pencapaian tujuan program.

Opportunities (Peluang)

No	Peluang	Alasan	Aktivitas yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan peluang
1	Memberikan dukungan penuh kepada para atlet Esports di Indonesia	Esports sudah masuk sebagai salah satu cabang olahraga yang dipertandingkan dalam Olimpiade, Indonesia	IeSPA dapat memberikan kepelatihan dan fasilitas yang dapat digunakan untuk para atlet Esports yang ada untuk dapat meningkatkan <i>skill</i> dan juga

		<p>perlu memiliki pelatnas Esports untuk mendukung para atletnya untuk sebagai perwakilan Indonesia</p>	<p>dapat meningkatkan mental dalam pertandingan Esports 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</p>
2	<p>Upaya yang dapat dilakukan IeSPA pusat dan IeSPA daerah untuk meratakan kampanye Esports di Indonesia</p>	<p>Dalam pelaksanaan salah satu program yang dilakukan IeSPA yaitu melakukan sosialisasi Esports di Indonesia, IeSPA perlu melakukannya dengan merata di tiap daerah di Indonesia dan tidak terfokus pada wilayah IeSPA pusat</p>	<p>Melakukan koordinasi yang lebih terhadap kepengurusan semua daerah di Indonesia dan melakukan sosialisasi Esports di tiap daerah di Indonesia dengan melibatkan 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</p>

			jawab agar kampanye yang dilakukan dapat berjalan sesuai rencana dan berhasil mencapai tujuan yang ingin disampaikan.
--	--	--	---

Threats (Ancaman)

No	Ancaman	Alasan	Hal yang dilakukan untuk meminimalkan ancaman
1	Para atlet Esports di Indonesia kurang merasakan kehadiran IeSPA	Para atlet Esports di Indonesia kurang merasakan kehadiran IeSPA di Indonesia karena tidak adanya program dari IeSPA yang melibatkan para atlet Esports di Indonesia	Dengan salah satunya yaitu pembuatan pelatnas dan juga pembuatan program yang lebih melibatkan atlet Esports di dalamnya seperti secara berkala membuat sebuah turnamen skala nasional yang dapat diikuti oleh para atlet Esports
2	IeSPA pusat dan IeSPA daerah tidak memiliki koordinasi terhadap program kerja bersama	Koordinasi yang kurang dari IeSPA pusat ke IeSPA daerah terkait dengan kegiatan program yang dilakukan berdampak pada banyak dari kepengurusan IeSPA daerah yang kurang aktif	IeSPA perlu melakukan koordinasi yang lebih lagi terkait dengan kegiatan program untuk mengkampanyekan Esports di Indonesia dengan kepengurusan IeSPA yang ada di daerah – daerah di Indonesia, dengan melakukan program bersama seperti melakukan sosialisasi Esports dan juga dapat membuat even dan turnamen yang diselenggarakan oleh IeSPA pusat dan IeSPA daerah di dalam

			wilayah kepengurusan IeSPA daerah tersebut.
--	--	--	---

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian tentang Strategi Humas IeSPA dalam Mengakampanyekan Esports di Indonesia, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

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 Esports 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 Esports baik itu memang sudah bekerja di dunia Esports ataupun hanya sebagai penikmat Esports. Dalam menetapkan sasaran tujuan kampanye IeSPA menjadi masyarakat umum menjadi sasaran utama dalam kampanye, masyarakat umum yang belum mengetahui tentang Esports perlu diberikan pemahaman yang benar dan mengetahui benefit apa yang bisa didapatkan dari Esports dengan melakukan sosialisasi tentang Esports kepada masyarakat umum.

IeSPA memiliki tujuan dalam mengakampanyekan Esports di Indonesia yaitu merubah pandangan masyarakat umum yang masih awam tentang Esports dan meregulasi Esports di Indonesia.

Dalam pelaksanaan kegiatan untuk mengakampanyekan Esports di Indonesia IeSPA melakukan beberapa program yang dilakukan antara lain yaitu, Melakukan workshop di sekolah – sekolah dan kampus, pembuatan even dan turnamen dari skala nasional hingga internasional, salah satu turnamen yang dibuat oleh IeSPA yang berskala internasional yaitu TAFISA 2016 yang diselenggarakan di Ancol Jakarta yang juga mendapat dukungan dari pemerintah. Dalam melakukan evaluasi dalam beberapa kegiatan yang sudah dilakukan, yang menjadi

tolak ukur sebagai bahan evaluasi yang dilakukan oleh IeSPA adalah bagaimana menjalankan event yang lebih efektif, mencari letak kekurangan selama proses pelaksanaan, bagaimana produksi dan pengelolaan jadwal pertandingan dan para pemain.

Dalam tahapan kampanye IeSPA memiliki *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) dari tahapan kampanye yang dilakukan oleh IeSPA. Dalam tahapan kampanye IeSPA mempunyai *Strength* (keunggulan) yaitu dengan melakukan sosialisasi tentang Esports dan pembuatan event dan turnamen sehingga masyarakat umum yang belum mengetahui Esports jadi menjadi mengerti apa itu Esports setelah sosialisasi yang IeSPA lakukan dan IeSPA juga melakukan analisis terhadap opini masyarakat umum mengenai Esports sehingga IeSPA dalam pelaksanaannya dapat mengcounternya dengan perspektif yang benar tentang Esports.

Dalam tahapan kampanye IeSPA mempunyai *Weakness* kekurangan yaitu tidak memiliki pelatihan nasional untuk atlet Esports, masuknya Esports sebagai cabang olahraga yang dipertandingkan dalam Olimpiade tentunya para atlet Esports membutuhkan dukungan dan fasilitas dari pemerintah untuk dapat mendukung atletnya yang akan bertanding dalam Olimpiade, selain itu kepengurusan IeSPA daerah di Indonesia juga kurang aktif hal ini dapat menyebabkan tidak meratanya program yang dilakukan oleh IeSPA dan hanya terfokus pada wilayah IeSPA pusat yaitu di Jakarta

Dalam aktivitas kehumasan yang dilakukan IeSPA menjalin hubungan dengan beberapa media yang bekerjasama untuk memberitakan tentang IeSPA ataupun memberitakan seputar Esports, media berbasis internet yang bekerjasama dengan IeSPA dalam memberitakan Esports 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 Esports 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 Esports 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 Esports sebagai exhibition match di Asean Games 2018 di Jakarta dan Palembang, IeSPA melakukan permohonan audiensi kepada Kemenpora untuk memasukkan Esports sebagai exhibition match di Asean Games 2018.

Dalam publikasi yang dilakukan IeSPA menggunakan beberapa media untuk memberikan informasi seputar Esports 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.

Dalam aktivitas kehumasan IeSPA memiliki *Strenght* (kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan) pada aktivitas kehumasan yang dilakukan IeSPA, dalam aktivitas kehumasan IeSPA memiliki *Strenght* (keunggulan) yaitu IeSPA bekerja sama dengan media – media yang juga memberitakan seputar game sehingga penyampaian informasi yang dilakukan oleh IeSPA dapat diterima oleh para komunitas dan komunitas juga dapat mudah mengakses informasi tersebut dan dalam aktivitas kehumasannya IeSPA juga melakukan lobby dengan pemerintah hal ini terbukti dengan masuknya Esports sebagai exhibition match di Asean Games 2018 di Jakarta dan Palembang.

Dalam aktivitas kehumasan IeSPA mempunyai *Weakness* (kekurangan) yaitu IeSPA tidak melakukan kerjasama dengan media – media olahraga dan media umum sehingga penyampaian informasi yang dilakukan oleh IeSPA tidak tersebar ke khalayak luas, selain itu tidak aktifnya website dan media sosial yang dimiliki oleh IeSPA juga membuat informasi yang dilakukan oleh IeSPA tidak maksimal padahal penyampaian informasi dengan memanfaatkan website dan media sosial merupakan salah satu cara yang paling cepat untuk menyampaikan informasi.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penulis hanya melakukan penelitian terhadap IeSPA (Indonesia e-Sports Association), penulis tidak melakukan penelitian terhadap respon dari publik terkait dengan Esports 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

C. Saran

1. Diharapkan kepada IeSPA (Indonesia e-Sports Association) untuk lebih meratakan kampanye Esports dengan membuat kepengurusan IeSPA di daerah menjadi lebih aktif lagi
2. Diharapkan kepada IeSPA (Indonesia e-Sports Association) untuk lebih memperluas publikasi Esports di Indonesia dengan bekerja sama dengan berbagai media olahraga dan media umum yang ada di Indonesia
3. Diharapkan kepada IeSPA (Indonesia e-Sports Association) untuk membuat pelatihan nasional kepada para atlet Esports 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 (Indonesia e-Sports Association)

Daftar Pustaka

Anggoro, 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

Gregory, Anne. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

Iriantara, Yosol. (2005). *Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Moore, Frazier. (2004). *Humas Membangun Citra dan Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Muslimin. (2004). *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Rangkuty, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

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

Salim, Agus. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana

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

Sopian. (2016). *Public Relations Writing*. Jakarta: PT Grasindo.

Skripsi dan Jurnal

Fajri, N Bayu. (2016). *Sosialisasi Program Pelatihan Nasional Atlet e-Sports Indonesia Melalui Website*." Skripsi Sarjana, Fakultas Desain Universitas Komputer Indonesia, Bandung

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, Agung E.B.W. “Kampanye Memperbaiki Citra Olahraga Biliar di Indonesia”. *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Seni rupa dan Desain*, Volume III (Agustus, 2014), hal 1-10

Putra, Q A Ukaysah, Indarsjah Tirtawidjaja. “Perancangan Kampanye Sosial Mendorong Kecintaan Remaja Terhadap Perbulutangkis Indonesia”, *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Seni rupa dan Desain*, Volume I (Agustus, 2012), hal 1-9

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

Internet:

“IeSPA Hadir di FORNAS III Bali”<http://www.iespa.or.id/news.html#fornas3> (akses 13 Maret 2018)

Eka Gerry. “IeSPA Berangkatkan Kontingen ke Kejuaraan Dunia eSports 2015”.
<http://www.gameqq.net/news/11439-iespa-berangkatkan-kontingen-ke-kejuaraan-dunia-esports-2015> (akses 13 Maret 2018)

Fakry Master. “Yuk Lihat Daftar Kompetisi IeSPA Pada 2014 ini”<http://www.kotakgame.com/berita/detail/37071/Yuk-Lihat-Daftar-Kompetisi-IeSPA-Pada-2014-Ini> (akses 13 Maret 2018)

Ferry. “Pecahkan Rekor, Total Hadiah Dota 2: The International 2016 Capai Rp246 Milliar”<https://duniaku.net/2016/07/28/rekor-total-hadiah-dota2-international-2016-rp240-miliar> (akses 22 Januari 2018)

<http://www.iespa.or.id/about.html> (akses 13 Maret 2018)

<https://newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues> (akses 7 Juni 2018)

<https://twitter.com/iespaorg> (akses 13 Maret 2018)

<https://www.facebook.com/iespaorg/> (akses 13 Maret 2018)

Liputra, Eric. “TEAMNXL> Juara BenQ CSGO ASIA CUP 2015”.
<https://teamnxl.com/news/teamnxl-juara-benq-csgo-asia-cup-2015> (akses 22 Januari 2018)

Paymemymoney. “Inilah Program Kerja Asosiasi eSports Indonesia yang Wajib Gamer Pantau”<http://www.kotakgame.com/minifeature/detail/0/1804/Inilah-Program-Kerja-Asosiasi-eSports-Indonesia-y> (akses 13 Maret 2018)

Priyanto, Tri Yoga. “Grand Final PBNC 2017 akan jadi sejarah baru Esports Indonesia”. <https://www.merdeka.com/teknologi/grand-final-pbnc-2017-akan-jadi-sejarah-baru-esports-indonesia.html> (akses 22 Januari 2018)

Sagita, Okta Ishak. “Kampus di Semarang Ini Buka Program Kuliah Khusus Main Game Dota 2”. <https://www.idntimes.com/life/education/ishak-okta-sagita/kampus-di-indonesia-yang-membuka-program-kuliah-main-game-dota-2/full> (akses 7 Juni 2018)

SpellGood BMP. “Esports hadir di Olimpiade Asian Games 2018 di Jakarta dan Palembang”. <https://www.revivaltv.id/others/esports-hadir-di-olimpiade-asian-games-2018-di-jakarta-dan-palembang> (akses 22 Januari 2018)

Utomo, Madi Riandanu. “IeSPA Siap Gelar IESF World Championship Jakarta 2016 Bulan Depan”<http://metrotvnews.com/teknologi/game/VNx9m8qb-iespa-siap-gelar-iesf-world-championship-jakarta-2016-bulan-depan> (akses 13 Maret 2018)

Wisesa, Yoga. “ESPN Luncurkan Portal Resmi Esports”. <https://dailysocial.id/post/espn-luncurkan-portal-resmi-esport> (akses 22 Januari 2018)

Yuslianson. “Tim Manchester City Kontrak Pemain eSports Baru untuk Game FIFA”. <http://www.liputan6.com/tekno/read/3208759/tim-manchester-city-kontrak-pemain-esports-baru-untuk-gim-fifa> (akses 22 Januari 2018)

LAMPIRAN

Hasil Wawancara

Narasumber: William (Wakil Ketua Umum IeSPA)

F: Program yang sudah dilakukan IeSPA untuk mengkampanyekan eSports itu apa saja?

W: Banyak sih, ada beberapa paling dasarnya kita pasti ada support turnamen-turnamen besar di indonesia seperti WOG (World Of Gaming) di jogja juga ada kayak gitu kan ada supported by iespa, kita juga ada workshop workshop di kampus kampus sama di sekolah sekolah, kita juga sering diundang jadi pembicara di sekolah di kampus nah itu kita kasih tau esports itu apa, jenjang karirnya seperti apa penjelasan esport secara keseluruhan supaya anak-anak termasuk orang tua dan para gurunya kurang lebih tau esports itu seperti apa

F: Biasanya kalo workshop yang ditanyakan sama pesertanya soal apa?

W: Mereka daripada bertanya sebenarnya lebih kita jelasin dulu karena mereka gatau mau nanya apa jadi kita jelasin dulu esport seperti apa, industrinya seperti apa lalu nanti yang menjawab pertanyaan itu maksudnya biasanya pertanyaan orang-orang itu apalagi orang tua, guru-guru, dosen-dosen, kenapa anak-anak itu gaboleh main game pertanyaan dasarnya Cuma satu kalo gede anaknya mau jadi apa, karena takutnya kalo Cuma main game gak bisa kerja gatau jadi apa makanya kita juga jelasin esports industri, jenjang karirnya seperti apa kayak peluang-peluang apa yang bisa dikembangkan di esports, selain itu juga sih kita juga bikin beberapa kompetisi, tahun lalu ada world championship di jakarta yang di ancil, nanti asian games ada esports itu kita yang handle dari IeSPA

F: Yang tafisa itu ya? Itu IeSPA yang megang ?

W: Iya tahun lalu tafisa iespa yang megang, nanti tahun ini ada asian games

F: Yang di jakarta Palembang itu ?

W: Iya di Jakarta Palembang nanti ada esportsnya

F: Yang masuk ke asian games itu esportsnya udah di pertandingan atau gimana?

W: Oh enggak kita masih exhibition match jadi kayak, memarekan pada orang-orang game itu bisa jadi olahraga yang dipertandingkan di olimpiade, jadi tujuannya itu kita kasih tau dulu esports itu apa, kita kerjasama dengan berbagai organisasi seperti IOC (International Olympic Committe, trus kayak badan anti narkoba, karena sekarang untuk semua pemain udah ada anti doping test, seperti atlet jadi memang kita arahnya kesana, kebetulan tahun ini kita udah 99% nanti di asian games ada esports, jadi harapannya nanti next asian games udah di pertandingan

F: Kalo yang exhibition match itu game yang dicoba itu game apa?

W: Kalo itu aku belum bisa kasih tau secara lengkap, seperti apa nanti konsepnya tapi yang Cuma kita boleh kasih tau kalo 99% nanti esports ada di exhibition match di asian games

F: Tapi kalo buat gamenya itu sendiri masih belum dipastiin ya?

W:Iya itu masih dipertimbangkan sih, maksunya kayak antara DOTA 5 lawan 5 atau kayak FIFA 1 lawan 1 itukan masih banyak faktor yang dipertimbangkan, kayak berapa durasinya jadi ada berbagai hal yang mesti dipersiapkan

F:Nah kalo kegiatan kehumasan yang dilakukan IeSPA itu apa aja?

W:Humasnya itu seperti apa?

F: Ya misalnya kayak yang tadi, seperti kunjungan ke sekolah, konferensi pers sejenis itu

W: Ya lebih kayak gitu, kita kadang juga ada konferensi pers, kadang-kadang kalo ada pengumuman sesuatu, tapi kebanyakan ya kita jadi pembicara di kampus, misalnya Binus suka ngundang Untar juga suka ngundang kadang mereka ada undang untuk talkshow bahas soal esports, nanti tanggal 28 Februari saya juga jadi pembicara di kampus saya dulu di Prasmul bahas soal esports, kalo untuk divisi bagian humasnya tadi firdan sebut ya kurang lebih seperti itu

F: Kalo konferensi pers itu yang dibahas soal-soal esports? Misalnya konferensi pers yang udah dilakukan iespa yang dibahas apa?

W: Iya tahun lalu misalnya, kita ada World Championship, pasti ada pengumuman dong, kita bikin konferensi pers kita mau bikin world championship kompetisi 32 negara datang ke Indonesia untuk bertanding eSports, ada konferensi pers, nanti asian games kita pasti ada konferensi pers, kita bagian dari asian games lebih kayak gitu kalo konferensi pers, trus kita juga ada berbagai kesepakatan, contohnya 2 tahun lalu kita sudah ada pernah kesepakatan dengan Universitas Bina Nusantara bahwa setiap anak SMA yang sudah pernah mewakili Indonesia juara di luar negeri itu boleh gratis kuliah di Binus asal ada buktinya

F: Tapi sekarang itu jalan apa gak bang?

W:Saya juga kurang update, mesti tanya ke binus dulu udah ada yang apply apa belum gitu

F: Kalo semua program yang udah dilakuin IeSPA tadi timbal baliknya ke IeSPA itu ada gak? Seperti apa

W:Timbal balik yang seperti apa?

F: Misalnya sekarang IeSPA sudah banyak yang kenal dan tahu

W: Sebenarnya IeSPA itu kan organisasi non profit ya, jadi kita itu persamaanya kalau kamu, kita kan di bawah kementerian pemuda dan olahraga jadi dibawah kementerian pemuda dan olahraga itu ada FORMI ada KONI, kalau misalnya ada olahraga-olahraga yang mainstream

kayak sepakbola basket itu KONI olahraga-olahraga yang di olimpiadekan, kalau olahraga-olahraga yang tidak di olimpiadekan masuknya ke FORMI, FORMI itu misalnya kayak shaolin, modern dance, bmx itu masuknya kesana jadi olahraga-olahraga yang gak masuk olimpiade masuknya kesana, kan ada dong kompetisi-kompetisi kayak bmx, modern dance segala macam, nah IeSPA itu masuk ke FORMI, tapi langkah-langkahnya kita emang mau ke olimpiade untuk esports jadi olahraga resmi di seluruh dunia, jadi dibawah kemtrian pemuda dan olahraga kan banyak sekali induk-induk olahraga yang meregulasi olahraga tersebut, kayak PSSI dan PBSI, jadi kita ya sama seperti mereka, jadi kalau untuk timbalnya baliknya kita gak cari profit gak cari tenar tapi kita hanya mensosialisasikan esports ke berbagai pihak

F: Kalau tanggapan positifnya untuk esports indonesia itu seperti apa? Mungkin setelah iespa melakukan konferensi pers atau program yang udah dilakuin sama iespa

W: Kebanyakan orang Indonesia itu, atau pandangan orang awam mereka gak ngerti esports itu apa, tapi biasanya setelah mereka tahu, mereka terkagum lebih kepada kagum karena kaget, ternyata main game bisa dapet puluhan milyar gitu kan. Ya itu kan juga tujuan iespa salah satunya mensosialisasikan esports di Indonesia.

F: Tadi kan tanggapan positif, sekarang yang menjadi keraguan eSports di Indonesia itu apa?

W: Paradigma stereotipe masyarakat umum terhadap game

F: Contohnya?

W: Ya kayak game bisa merusak nilai, game merusak anak, tantangan orang-orang yang mendalami esports itu adalah merubah paradigma pandangan orang-orang yang mengetahui esports itu hanya main game doang, padahal esports itu main game sebagai pekerjaan makustnya ada industri dibalik itu, itu sih salah satu pandangan orang yang paling susah dirubah, sampai makanya kita jelasin esports itu kalau kamu menang kamu dapat hadiah segini kalau kamu masuk team besar, seperti NXL kamu dibayar perbulan trus kamu juga dapat fasilitas, misalnya kamu jadi pelatih, analis, apapun itu dilain itu kamu bisa jadi announcer orang teknisi di belakang panggung, jadi tim produksi, itu kan jadi satu industri baru, esports itu baru populer sekitar 2005 keatas masih baru sekali bahkan kalau di Indonesia sendiri orang-orang tahunya yang 2010 ketas

F: Berarti kalau pemain yang udah terikat sama team itu dapat pendapatan perbulan ya? Diluar dari turnamen yang diikuti

W: Iya jelas, semua team profesional di dunia termasuk Indonesia sudah ada struktur gajinya, tunjangannya perbulan gajinya berapa, pembagian hadiahnya berapa

F: Kalau di Indonesia pendapat dari team itu rata-rata berapa?

W:Gak bisa kita sebut, tergantung teamnya karena kan ada team yang ikutin UMR ada yang tidak

F: Oh ada team yang ikutin UMR ya?

W: Ya terserah organisasinya, eSports kan belum masuk ke undang-undang belum teratur kan masih garis abu-abu, tapi kalau di NXL sendiri ya kita kurang lebih diatas UMR kalau diluar negeri lebih gila lagi bisa 60 sampai 80 juta perbulan

F: Kalau media yang dipakai IeSPA itu apa aja?

W: Media untuk apa?

F: Untuk mengkampanyekan eSports?

W: Kalau media, sosial media pasti ya sosial media dan praktek secara langsung kita dateng ke kampus-kampus

F: Kalau kerjasama dengan media-media ada gak? Seperti media cetak

W: Ada kita kan sering diliput metro tv, kompas tv, ya kita ada media parternya

F: Kalau sasaran utama untuk mengkampanyekan eSports itu sendiri siapa?

W: Masyarakat umum jelas karena salah satu tujuan utama IeSPA itu mensosialisasikan eSports kepada masyarakat umum supaya mereka tahu esports itu apa benefitnya itu seperti apa ya otomatis target utamanya ya orang-orang yang belum tahu esports

F: Kalau tujuan utamanya itu sendiri apa?

W: Kalau tujuan utamanya kita itu meregulasi esports di Indonesia maksudnya kalau gak ada yang kontrol kan gak jelas, mengatur esports di Indonesia, mencari dukungan pemerintah agar esports di akui, jadi kita mendukung industri esports dari dalam dan juga keluar.

F: Yang paling dibutuhkan untuk memajukan eSports di Indonesia itu apa?

W: Selain pengertian masyarakat umum tentang esports itu sendiri itu apa itu penting, yang kedua adalah selain kapital modal untuk mengembangkan esports ya seperti sponsor-sponsor untuk team untuk turnamen-turnamen, kesempatan bagi para pemain para team untuk tanding, karena di esports itu juga ada masa umurnya juga karena di esports di atas umur 28 tahun kamu udah dianggap tua dan diganti sama pemain yang lebih muda

F: Itu diganti dengan pemain yang lebih muda karena faktor kesehatan atau apa?

W: Enggak, lebih ke reflek kecepatan tangan, memang pola pikirnya pasti lebih matang lebih mengerti membaca permainan untuk permainannya masih lebih dipilih yang muda, karena di esports berhentinya cepat startnya lebih cepat lagi, karena umur 15 tahun kamu udah bisa masuk ke dunia esports jadi pemain profesional karena esports itu gak butuh otot, esports itu butuh tangan dan otak dan yang paling penting sih bakat.

F: Kalau peluang eSports di Indonesia itu gimana?

W: Dulu itu hampir gaada, karena dulu kan saya juga mantan pemain profesional, susahny jaman saya itu hadiah hampir gaada ya ada paling Cuma seberapa paling Cuma 1 juta 1 juta setengah, ya dulu esports Cuma kepuasan pribadi hampir gaada nyari duit Cuma nyari kepuasan sama cari nama, dulu kamu gak bisa hidup dari esports, kalau sekarang kamu ikut kejuaraan dunia, contohnya kamu ikut The International Cuma 4 hari kamu bisa bawa pulang 6 sampai 8 milyar itu belum dari gaji bulanan yang didapat. Pekerjaan mana selain esports yang dikerjakan selama 3 sampai 4 hari tapi bawa pulang berapa triliun berapa milyar gitu kan dan gaada resiko makanya esports itu menakjubkan. Ya esports itu sama dengan olahraga lainnya kalau kamu cari esports di kamus oxford ada, esports olahraga berbasis elektronik makanya kalau pemain internasional disebutnya atlet esports, olahraga baru.

F: Kalau analisis yang dilakukan IeSPA sebelum melakukan program itu seperti apa?

W: Kalau kita lebih menyiapkan bahan, menyiapkan materi untuk workshop atau kunjungan-kunjungan ke sekolah dan kampus- kampus dan kita lihat responya seperti apa.

F: Esports itu juga ada ya yang udah masuk ke ekstrakurikuler di sekolah?

W: Di Jakarta baru satu sih, kalau diitung kampus berarti dua

F: Itu kampus yang Binus ?

W: Binus itu gak resmi dia, maksudnya banyak orang yang main game di binus, esports di binus karena kan kampus IT juga kan, tapi secara resmi ekstrakurikuler diakui kampus yang saya ingat itu di UPH, kalau di luar negeri udah jadi jurusan, di china banyak di amerika beberapa di malaysia ada satu, di Indonesia aja yang belum ada untuk mulai jurusan esports.

F: Kalau untuk perkembangan eSports di Indonesia itu bagaimana bang? Misalnya dari orang yang mulainya gak tahu tentang esports sampai esports naik dan banyak orang tahu tentang esports.

W: Ya semua mulainya hampir sama kayak di negara-negara lain mulai dari turnamen-turnamen kecil di warnet-warnet , dari turnamen skala kota sampai nasional kalau dulu ada World Cyber Games 2003 sampai 2011 tiap tahun kualifikasinya ada di Bandung di Jogja yang menang nanti berangkat ke Jakarta dikirim ke Korea untuk tanding, bisa di korea bisa di China bisa di Amerika untuk tanding, itu jaman-jaman dulu belum ada pemerintah, masih swasta, mulai dari situ orang-orang udah mulai tahu, sampai meledaknya turnamen-turnamen dari Valve kayak The International, meledaknya 2010 keatas, sekarang ini kan turnamen-turnamen dari Valve sponsornya dari Mercedes bukan Cuma dari komputer lagi ya karena gede sekali peminatnya, pasarnya besar sekali, ya kenapa esports berkembang pesat ya karena itu peminat banyak ya karena dari muda sampai tua semua main game, esports bukan sekedar topik tapi udah masuk industri baru.

F: Kalau dari keanggotaan di IeSPA ada yg dari komunitas gak?

W: Anggota yang daftar resmi gitu?

F: Iya

W: Kalau itu aku sebenarnya juga kurang khatam betul, kurang 100% paham karena ngurus keanggotaan itu kan adminstrasi itu prana biasanya, ya dia yang ngurus surat menyurat keanggotaan, kalau aku itu lebih yang kalau dari jajaran petinggi IeSPA paling muda aku, yang bekas pemain esports saya doang, kebanyakan yang ngajarin ke komunitas yang ngomong ke komunitas itu saya

F: Kalau IeSPA yang di daerah-daerah itu aktif gak?

W: Ada banyak kota yang aktif ada juga yang pasif, kayak misalnya Bandung sekarang udah agak pasif, yang bener-bener jalan itu Medan, Bali, Papua juga kita ada. Kalau perkota itu kan tergantung pengurus kotanya apakah mereka aktif atau gak, apakah mereka mau bikin turnamen bulanan kah, kalau IeSPA Bali itu dia bikin turnamen bulanan yang disuport IeSPA

F: Jadi aktifnya itu bikin-bikin turnamen seperti itu, suport turnamen?

W:Iya dong pasti, ya tergantung mereka gimana mereka mau sosialisasinya kadang mereka di daerah mereka sendiri mereka bikin workshop di sekolah daerah mereka sendiri, ada yang bikin ada yang gak gitu tergantung mereka sih , kita lebih melepas kayak misalnya oh mereka udah jadi partner anggota IeSPA mewakili bali gitu kan, mereka mau bikin kebijakan di bali mereka yang urus, paling kalau komunikasinya ke pusat mereka mau bikin program seperti apa, acara seperti apa lebih ke gitu sih

F: Forum di IeSPA itu Aktif apa gak?

W:Aktif kalau untuk pembahasan turnamen, soalnya mereka suka post soal turnamen-turnamen, misalnya yang mau bikin turnamen kayak seperti kaskus tapi pembahasan soalnya turnamen-turnamen, sekarang soalnya orang lebih aktif di facebook sih daripada di forum kalau untuk bahas membahas gitu.

F: IeSPA itu pernah buat Press Release gitu gak?

W:Ada sih coba diliat diwebsite harusnya masih ada sih

F: Kalau Press Release itu dimuat di berita apa gak?

W:Berita kayak apa nih, kayak berita nasional gitu?

F: Ya kayak masuk di detik.com seperti itu

W: Ya kadang ada, kayak yang kita bikin waktu TAFISA itu masuk di Metro TV, CNN Indonesia masuk, kalau misalnya Cuma kerja sama kayak IeSPA dengan NVIDIA itu aku rasa gak sampai masuk ke Kompas Cuma media partner aja, sama media sosial

F: Nah Media Partnernya IeSPA itu siapa aja?

W: Lengkapnya bisa dilihat di website aja, tapi kita juga partner sama kotakgame, ligagame, ligagame itu soalnya salah satunya yang punya ko Eddy Lim ketua umumnya IeSPA

F: Ko Eddy itu yang punya Ligagame ya?

W: Iya yang punya, sebelum ada IeSPA dia udah ada Ligagame

F: Untuk hubungan antara komunitas sama IeSPA itu gimana? Misalnya kayak IeSPA bikin acara trus mengundang komunitas gak?

W: Kebanyakan malah komunitas punya acara yang mengundang kita, kebanyakan ya gitu misalnya kampus ada workshop untuk anak muda bahas esports biasanya undang IeSPA, kadang komunitas juga ada, misalnya kayak WOG, WOG kan istilahnya mereka EO minta dukungan IeSPA untuk suport ya kita bantu, tapi kalau kita bikin acara ya pasti kita undang komunitas.

F: Kalau media-media yang biasanya diundang itu media mana aja?

W: Ya kotakgame, kebanyakan media-media yang berbasis IT trus Kompas Metro

F: Kalau untuk Televisi Nasional Kompas Metro ya?

W: Metro sih kebanyakan, Metro tv yang dekat sama kita, setiap kita ada apa pasti Metro tv juga ada

F: Kalau bentuk hubungan dengan pemerintah?

W: Ya yang itu tadi kita ada di bawah kementrian pemuda dan olahraga jadi IeSPA bertugas meruglasi esports di Indonesia istilahnya sama aja kayak PSSI

F: Jadi misalnya IeSPA bikin event, itu harus lewat persetujuan pemerintah gak?

W: Kalo itu enggak, misalnya kalau kita minta dukungan dana kita pasti ngajuin proposal nanti di evaluasi sama mereka, kalau secara resmi itu ada tapi kalau misalnya gak butuh apa-apa misalnya kalau kita bikin acara sendiri tanpa minta dukungan pemerintah ya bisa juga

F: Jadi kalau mau bikin event seperti itu, bikin aja ya?

W: Ya kita biasanya kasih tau sih, karena kita kan bagian dari mereka, kayak WOG minta dibuka sama orang pemerintah ya kita undang suruh buka acara kayak gitu-gitu

F: Dari orang pemerintah biasanya siapa yang diundang?

W: Tergantung, kalau misalnya bisa pak Menteri, kalau gak ya ketua FORMI tergantung situasi sih

F: Menterinya Menpora?

W: Ya bisa dari Menkominfo bisa dari Menpora, tergantung jadwal, kalau kita bisa undang ya bagus gitu kan

F: Brarti Bantuan dari Pemerintah yang dikasih buat IeSPA itu seperti kalau IeSPA ingin mengajukan dana

W: Iya seperti itu

F: Kalau di Kantornya IeSPA itu setiap hari ada orang atau gimana?

W: Ada 1 sampai 2 orang di kantornya, kalau kita kan itungannya masih kecil

F: Waktu TAFISA itu kan ada perwakilan dari Indonesia, IeSPA memberikan fasilitas gak untuk perwakilan Indonesia? Fasilitas yang dikasih apa aja

W: Oh ya jelas dong, mereka dapet hotel, kita bikin jersey Timnas, akomodasi ya seperti layaknya atlet kalau bertanding

F: Kalau IeSPA itu punya pelatnas gak?

W: Pengennya, jadi waktu itu kita udah sempat ada bikin konsepnya Cuma belum bisa dijalankan karena masih banyak yang perlu disiapkan

F: Masuknya eSports buat eksibisi match di Asian Games itu gimana ceritanya?

W: Kalau itu kita udah bertahun-tahun, udah sosialisasi, udah nanya-nanya gimana sih caranya masuk ke Olimpiade gak Cuma kita, semua organisasi dunia melakukan hal yang sama, karena semua yang terlibat di esports pengennya esports diakui sebagai olahraga

Narasumber: Prana Adisapoetra

Daftar Pertanyaan:

1. Program apa saja yang sudah dilakukan untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Program berupa event secara regular, level lokal, nasional maupun internasional.**
2. Program kehumasan apa saja yang sudah dilakukan IeSPA untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Talkshow, mengisi kuliah umum di universitas, wawancara dengan media cetak mainstream, wawancara TV, dll.**

3. Dari program yang sudah dilakukan apakah ada timbal baliknya kepada IeSPA atau e-Sports di Indonesia? **Timbal baliknya nama IESPA perlahan mulai dikenal oleh masyarakat umum dan E-Sports itu sendiri sudah mulai sering diberitakan di media-media mainstream.**
4. Bagaimana respon atau tanggapan publik mengenai keberadaan eSports di Indonesia? **Tanggapan beragam. Ada yang positif, ada yang masih meragukan, dll.**
5. Media apa saja yang digunakan untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Media online, Media cetak, dll**
6. Siapa sasaran utama dalam mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Komunitas Esports, Pemerintah, dan masyarakat umum.**
7. Apa tujuan utama dalam mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Tujuan utamanya adalah bahwa memberikan perspektif yang benar ttg E-Sports bahwa bidang ini bukan hanya sekedar bermain video game namun juga bisa menjadi ajang berprestasi, membanggakan negara dan juga mendapatkan penghasilan.**
8. Sebelum mengkampanyekan eSports di Indonesia apakah IeSPA melakukan analisis terlebih dahulu, analisis apa saja yang dilakukan? **Analisis terhadap persepsi apa yang berkembang di masyarakat umum terhadap Esports itu sendiri lalu berusaha untuk mengcounternya dengan hal positif.**
9. Apakah ada pesan tersendiri yang ingin disampaikan dengan dibentuknya IeSPA di Indonesia? **Dengan dibentuknya IESPA, kedepannya kami ingin Indonesia menjadi salah satu negara yang disegani dalam bidang prestasi E-Sports.**
10. Apakah IeSPA memiliki strategi khusus untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Tidak ada**
11. Sejak IeSPA dibentuk sampai sekarang apakah kegiatan yang sudah dilakukan berjalan lancar atau ada hambatan tertentu? **Secara relatif berjalan dengan lancar**
12. Sejak IeSPA dibentuk sampai sekarang apakah eSports di Indonesia mengalami perbedaan atau kemajuan? **Iya mengalami kemajuan.**
13. Apa tanggapan IeSPA mengenai para pemain eSports yang ada di Indonesia? **Pemain E-Sports di Indonesia harus lebih serius dalam mengasah kemampuan, sikap dan mental.**
14. Apakah IeSPA melakukan evaluasi terhadap program/event yang sudah dilakukan? **Iya tentu saja**

15. Dari evaluasi yang dilakukan apakah terdapat masih banyak kekurangan atau sudah puas dengan yang sudah dilakukan? **Kami selalu ingin berkembang dan memperbaiki diri.**
16. Apakah masyarakat sadar bahwa sekarang eSports di Indonesia sedang berkembang pesat? **Sadar**
17. Apa tanggapan masyarakat mengenai eSports di Indonesia? **Sejauh ini positif**
18. Bagaimana sikap yang diberikan masyarakat tentang eSports ? **Secara mayoritas, masyarakat umum masih belum memahami apa itu E-Sports, mengapa video game dikategorikan sebagai sports / olahraga.**
19. Apakah ada pihak dari komunitas yang ikut bergabung dalam IeSPA? **IESPA justru terbentuk dan diisi oleh orang2 / tokoh yang punya pengalaman di komunitas.**
20. Apakah IeSPA mempunyai agenda teratur dengan komunitas? **Tidak ada**
21. Dalam website IeSPA terdapat sebuah forum, apakah forum itu aktif dan siapa saja yang ada di dalamnya? **Forum tersebut aktif dan bisa dipakai oleh komunitas.**
22. Media berbasis internet apa yang dipakai IeSPA untuk memberikan informasi seputar eSports? **Website, Fanpage FB, Twitter, Instagram.**
23. Apakah ada pihak dari luar IeSPA untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Banyak. Bisa dari pihak vendor peralatan gaming, komputer, team esports, dll**
24. Apakah IeSPA mengirim press release yang dibuat kepada media untuk dimuat dalam berita ? **Ya**
25. Strategi apa yang digunakan untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Tidak ada strategi khusus**
26. Apakah semua bagian dari IeSPA terlibat untuk mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Iya**
27. Unit kerja apa saja yang ikut terlibat dalam mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Seluruh pengurus IESPA terlibat.**
28. Bagaimana bentuk hubungan IeSPA dengan komunitas yang ada di Indonesia? **IESPA terbentuk untuk mengembangkan komunitas itu sendiri**
29. Media mana yang melakukan hubungan kerja sama dengan IeSPA? **Media Online antara lain : Ligagame, Kotakgame, GameQQ, dll.**

30. Bagaimana bentuk hubungan yang dijalankan IeSPA dengan pemerintah? **Pemerintah mengakui keberadaan organisasi IESPA dan sesekali membantu lewat pendanaan event.**
31. Bagaimana cara IeSPA membuat suatu event yang menarik minat orang lain untuk berpartisipasi mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Mengemas event dengan kreatif dan mempromosikan jauh2 hari agar banyak komunitas hadir.**
32. Event apa saja yang sudah dibuat IeSPA yang sifatnya nasional maupun internasional? **Internasional : 8th Esports World Championship 2016. Nasional : banyak, silahkan cek postingan kami di fanpage Facebook selama 3 tahun kebelakang.**
33. Konferensi pers tentang apa yang sudah dibuat oleh IeSPA? **Konferensi pers tentang pembentukan IESPA, konferensi pers tentang kerjasama dengan pihak vendor, dll.**
34. Media mana yang bekerja sama dengan untuk memberikan informasi yang dibuat oleh IeSPA?
35. Press release tentang apa yang sudah dibuat oleh IeSPA? **Tentang Pelatnas DOTA 2 pada tahun 2014 dan Press release tentang 9th Esports World Championship pada tahun 2017.**
36. Apakah IeSPA membuat suatu forum untuk berdiskusi tentang hal-hal yang menyangkut eSports di Indonesia? **Ada forum Esports bekerjasama dengan Ligagame**
37. Bagaimana tanggapan komunitas gaming mengenai keberadaan IeSPA di Indonesia? **Tanggapannya positif**
38. Apakah IeSPA menyediakan sebuah fasilitas kepada team dari Indonesia untuk berlatih saat sedang berlangsung event yang IeSPA ikut berperan dalam event itu? **Jika memang diperlukan maka kami akan sediakan fasilitas**
39. Ada beberapa team dari Indonesia yang memiliki prestasi tingkat internasional, adakah bentuk yang diberikan oleh IeSPA untuk mendukung team tersebut ? **Bantu mempromosikan prestasi mereka di medsos IESPA.**
40. Apakah IeSPA memiliki pelatihan kepada para team eSports atau atlet eSports yang ada di Indonesia? **Belum ada**
41. Apa yang sebenarnya dibutuhkan saat ini untuk memajukan eSports di Indonesia?

42. Apakah saat ini eSports di Indonesia memiliki permasalahan tertentu? **Permasalahan mendasar seperti infrastruktur internet dan ketersediaan saran & prasarana yang kurang merata diseluruh pelosok Indonesia (hanya kota-kota besar)**
43. Event-event yang dibuat IeSPA apakah harus mendapat persetujuan terlebih dahulu dari pihak pemerintah terkait? **Tidak harus.**
44. Apakah ada peran dari pemerintah untuk ikut mengkampanyekan eSports di Indonesia? **Sampai saat ini belum. Pelan2 akan kami usahakan.**
45. Masuknya eSports sebagai eksibsi di asian games 2018 apakah dari pihak IeSPA yang mengajukan atau dari pemerintah yang ingin memasukan eSports sebagai bagian dari asian games? **Dari pihak Olympic Council of Asia yang mengajukan atas saran dan masukan dari berbagai pihak E-Sports.**
46. Apakah agenda kegiatan yang dimiliki IeSPA juga diberitahukan kepada pemerintah terkait? **Agenda kegiatan disampaikan kepada pihak Federasi Olahraga Rekreasi Indonesia (FORMI) dan Deputi III Kemenpora.**
47. Kegiatan yang dibuat oleh IeSPA apakah mengundang pemerintah terkait untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut? **Iya, rata2 dalam bentuk mengundang pejabat pemerintah untuk membuka event (opening ceremony)**
48. Media sosial apa saja yang digunakan IeSPA untuk memberikan informasi seputar eSports ?? **Facebook, Twitter, Instagram**
49. Apakah IeSPA melakukan hubungan komunikasi dengan komunitas ataupun pihak yang terkait melalui media yang ada di internet? **Iya**
50. Apakah pihak IeSPA melakukan kerjasama dengan media, baik itu media cetak atau elektronik? **Iya**
51. Apakah IeSPA membuat iklan atau bentuk apapun yang bertujuan untuk mempromosikan IeSPA itu sendiri? **Iklan belum ada.**
52. Apakah IeSPA memiliki media khusus yang digunakan untuk kalangan tertentu? **Tidak ada**

