

**STRATEGI KAMPANYE PBESI (PENGURUS BESAR *E-SPORT*
INDONESIA LAMPUNG) DALAM MENJARING ALTLET
E-SPORT DI LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

**AGIL NOEREN
1646031034**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

STRATEGI KAMPANYE PBESI (PENGURUS BESAR *E-SPORT* INDONESIA LAMPUNG) DALAM MENJARING ALTLET *E-SPORT* DI LAMPUNG

Oleh

Agil Noeren

PBESI merupakan salah satu organisasi *E-Sport* di Indonesia yang diresmikan pada 18 Januari 2020. Organisasi PBESI menjadi wadah bagi tim-tim *E-Sport*, pemain hingga *publisher* gim untuk menjadikan *E-Sport* lebih dikenal di Indonesia. Target yang tinggi untuk bisa berprestasi di tingkat internasional tentu membutuhkan persiapan yang matang. Maka dari itu perlu adanya strategi untuk mengkampanyekan *E-Sport mulai dari tingkat daerah hingga pusat agar dapat menjaring atlet-atlet yang berkompeten di bidang E-Sport*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan studi pustaka. Menggunakan metode deskriptif dan teori yang digunakan adalah Strategi Kampanye Harwood Childs. Hasil dari penelitian ini adalah strategi kampanye PBESI dalam menjaring atlet E-Sport di Lampung yaitu dengan menggunakan platform sosial media Instagram dan media *online website* sebagai saluran penyebaran informasi kepada masyarakat, khususnya kepada penggemar *Game Online*. Selain itu strategi yang dilakukan E-Sport di Lampung mengadakan event-event untuk menjaring atlet yang berkompeten di bidangnya target hingga tingkat internasional.

Kata kunci: kampanye, PBESI, media sosial

ABSTRACT

PBESI CAMPAIGN STRATEGY (GENERAL MANAGEMENT OF E-SPORT INDONESIA LAMPUNG) IN COVERING E-SPORT ATHLETES IN LAMPUNG

By

Agil Noeren

PBESI is one such organization E-Sports in Indonesia which was inaugurated on January 18 2020. The PBESI organization became a forum for teams E-Sports, player up publisher gym to make E-Sports better known in Indonesia. The high target to be able to achieve at the international level certainly requires careful preparation. Therefore it is necessary to have a strategy for campaigning E-Sport starts from the regional to central level in order to recruit competent athletes in the field of E-Sport. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques of interviews, observation and literature study. By using qualitative descriptive method and the theory of the Harwood Childs Campaign Strategy. The results of this study are PBESI's campaign strategy in recruiting E-Sport athletes in Lampung, namely by using the social media platform Instagram and online media websites as channels for disseminating information to the public, especially fans of online games. Besides that, the strategy carried out by E-Sport in Lampung is by holding events to attract athletes who are competent in their fields, which are targeted at the international level.

Keywords: campaign, PBESI, social media

**STRATEGI KAMPANYE PBESI (PENGURUS BESAR *E-SPORT*
INDONESIA LAMPUNG) DALAM MENJARING ALTLET
E-SPORT DI LAMPUNG**

Oleh

Agil Noeren

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **STRATEGI KAMPANYE PBESI
(PENGURUS BESAR E-SPORT
INDONESIA LAMPUNG) DALAM
MENJARING ALTLET E-SPORT DI
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Agil Noeren**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1646031034**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si
NIP. 196207161988031001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

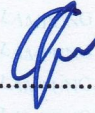
Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

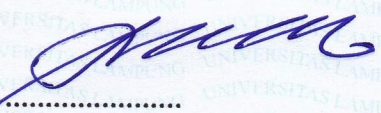
Ketua

: Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.



Penguji Utama

: Dr. Nanang Trenggono, M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 April 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agil Noeren Saputra
NPM : 1646031034
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Purnawirawan 31 Gg. Manunggal IV, 15 Kauman,
Kota Metro

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **“STRATEGI KAMPANYE PBESI (PENGURUS BESAR E-SPORT INDONESIA LAMPUNG) DALAM MENJARING ATLET E-SPORT DI LAMPUNG”** adalah benar- benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 12 April 2023
Yang membuat pernyataan,



Agil Noeren Saputra
NPM. 1646031034

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Agil Noeren Saputra. Penulis dilahirkan di Terbanggi Besar pada 11 September 1998. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, buah hati dari orang tua yang luar biasa Alm. Endang dan Nurmawan. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 01 Terusan Nyunyai pada tahun 2010, SMP Satya Dhrama Sudjana Terusan Nyunyai pada tahun 2013, dan SMA Kartika Metro pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis terdaftar di Universitas Lampung, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan organisasi yaitu menjadi anggota *Research and Development* di Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, dan beberapa kali menjadi ketua pelaksana dalam acara kampus tahun 2017. Pada tahun 2018 penulis menjalani Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Karang Rejo, Sungkai Selatan, Kota Bumi. Pada tahun 2020 penulis menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Whitewood Visual Jakarta dan juga Indoor Studio Bandar Lampung. Selain aktif sebagai mahasiswa, penulis juga bekerja sebagai *Content Creator, photographer* dan *videographer* di kota Bandar Lampung dan cukup lama mulai dari tahun 2017 hingga sekarang.

MOTTO

“Keluarga Nomor Satu”

[Agil Noeren. S]

“My mother is a walking miracle.”

[Mitch Albom]

PERSEMBAHAN

ALHAMDULILLAHIRABILALAMIN

Saya ucapkan terimakasih banyak kepada Allah SWT, untuk ibu saya dan almarhum Ayah yang sudah disana. Mamah telah menunaikan cita citanya dan memberikan pendidikan terbaik untuk anaknya dan terus mendoakan saya dengan ikhlas dan sepenuh hati. Terimakasih kepada abang, tulang tama, tulang kimom, ujing ida dan nenek yang selalu memberi dukungan dan menguatkan.

Kepada diri saya sendiri, terimakasih sudah bertahan dan berjuang sampai detik ini dan seterusnya.

SANWACANA

Puji syukur kepada Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, atas berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan judul **STRATEGI KAMPANYE PBESI (PENGURUS BESAR E-SPORT INDONESIA LAMPUNG) DALAM MENJARING ATLET E-SPORT DI LAMPUNG**. Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang berjasa dalam memberikan doa, bantuan dan semangat kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A.IPM., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Sucika, S.Ikom., M.Si., selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., MA., selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing saya yang telah saya anggap seperti orang tua sendiri, terimakasih atas segala bimbingan, dukungan, motivasi, saran dan masukan serta kesabaran ibu dalam membimbing saya selama ini. Banyak ilmu dan pelajaran yang saya dapatkan insyaallah akan menjadi bekal untuk saya dikemudian hari.
6. Bapak Dr. Nanang Trenggonom M.Si., selaku dosen pembahas saya yang telah banyak memberi masukan, nasehat dan juga semangat dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen, staf, dan karyawan FISIP Universitas Lampung yang telah membantu penulis menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik.

8. Orang tua saya mamah Nurmawan dan alm. Ayah Endang Supriyatna yang sangat saya cintai, selalu memberikan semangat dan telah bekerja keras dan selalu mendoakan untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
9. Abang Saya Faisal Anwar Supriyatna yang memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan studi.
10. Seluruh keluarga besar Sari Bumi Harahap yang selalu memberikan support yang tiada henti dan tulus
11. Sahabat saya Robi, yang sekarang menjadi partner kerja saya.
12. Abang angkat saya, Aprizal arief, yang memberikan ilmu yang sangat banyak dalam 7 tahun terakhir yang menjadi jati diri, kekuatan untuk hidup dan masukan dalam mencari jati diri
13. Abang angkat saya Ridho Aswari, Bung Ijal, Kak Amoy, Bung Ridho yg selalu mendukung
14. Sahabat Seperjuangan Indra yang meminjamkan printer dan selalu menanyakan kabar tentang skripsi
15. Semua teman-teman yang hadir dalam senang dan sedih selama 7 tahun ini, datang didalam dunia kerja, dalam jatuh bangunya bisnis dan perjalanan panjang ini
16. Kepada kenangan pengalaman dan hal-hal yang terjadi dalam masa ini, yang apabila diingat tidak terhitung jumlahnya. Benar-benar hal yang hebat
17. Untuk mas redy si orang baik, hanya bisa mengucapkan terimakasih dan terimakasih
18. Seluruh keluarga Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung angkatan 2016.
19. Untuk semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan mohon maaf dan terimakasih yang sebesar – besarnya.
20. Dan untuk yang terakhir datang lisa nadya
21. See you on top guys dan mari kita menemukan one piece! ☺

Bandar Lampung, 14 Juni 2023
Yang membuat pernyataan,

Agil Noeren Saputra
NPM. 1646031034

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Bagan Kerangka Pikir	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	14
2.3 Tinjauan Game Online	18
2.4 E-Sport (<i>Electronic Sport</i>)	19
2.5 Tinjauan Strategi	21
2.6 Tinjauan Public Relations	22
2.7 Strategi Kampanye	24
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Tipe Penelitian	28
3.4 Penentuan Informan	28
3.5 Sumber Data.....	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	30

3.8 Triangulasi.....	31
----------------------	----

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Identitas Informan.....	32
4.1.2 Aspek Kampanye.....	33
4.1.2.1 Aspek <i>Strategy Of Publicity</i>	33
4.1.2.2 Aspek <i>Strategi Of Persuasion</i>	39
4.1.2.3 Aspek <i>Strategy Of Argumentation</i>	44
4.1.2.4 Aspek <i>Strategy Of Image</i>	49
4.1.2.5 <i>Hasil Wawancara Informan Pendukung (Atlet E-SportLampung)..</i>	56
4.2 Pembahasan.....	57
4.2.1 Aspek <i>Strategy Of Publicity</i>	57
4.2.2 Aspek <i>Strategy Of Persuasion</i>	64
4.2.3 Aspek <i>Strategy Of Argumentation</i>	69
4.2.4 Aspek <i>Strategy Of Image</i>	75

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. Identitas informan penelitian	33
Tabel 3. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Publicity</i>	34
Tabel 4. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Publicity</i>	35
Tabel 5. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Publicity</i>	36
Tabel 6. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Publicity</i>	36
Tabel 7. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Publicity</i>	37
Tabel 8. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Publicity</i>	37
Tabel 9. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Persuasion</i>	38
Tabel 10. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Persuasion</i>	40
Tabel 11. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Persuasion</i>	40
Tabel 12. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Persuasion</i>	41
Tabel 13. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Persuasion</i>	42
Tabel 14. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Argumentation</i>	43
Tabel 15. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Argumentation</i>	45
Tabel 16. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Argumentation</i>	46
Tabel 17. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Argumentation</i>	47
Tabel 18. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Argumentation</i>	48
Tabel 19. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Image</i>	48
Tabel 20. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Image</i>	50
Tabel 21. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Image</i>	51
Tabel 22. Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Image</i>	52
Tabel 23 Hasil Wawancara Aspek <i>Strategy Of Image</i>	53
Tabel 24. Mapping Data Tabel Strategi.....	55
Tabel 25. Hasil Wawancara Informan Pendukung Atlet.....	56
Tabel 26. Hasil Wawancara Informan Pendukung Atlet.....	56
Tabel 27. Hasil Wawancara Informan Pendukung Atlet.....	57
Tabel 28. Mapping Data Tabel Strategi.....	80
Tabel 29. Tabel Prestasi ESI Lampung.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian.....	8
Gambar 2. Akun Media Sosial PBESI Lampung	59
Gambar 3. Akun Media Sosial PBESI Lampung	63
Gambar 4. Penjaringan Atlet E-Sport PBESI Lampung Pada Event Pertandingan E-Sport Piala Gubernur Lampung	68
Gambar 5. Atlet E-Sport PBESI Lampung Mendapatkan Prestasi Pada Kejuaraan E-sport.....	71
Gambar 6. Kegiatan Latihan Rutin Atlet E-Sport PBESI Lampung	72

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era teknologi dewasa ini semakin masif berkembang, orang-orang menggunakan internet sebagai sarana mencari informasi serta sebagai sarana mencari hiburan dan penghasilan. Salah satunya dengan bidang E-Sport (*Electronic Sport*), para gamer berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik di dalam suatu permainan sehingga gamer mendapatkan penghasilan yang cukup tinggi. Permainan E-Sport sebagai sarana permainan juga semakin diminati oleh masyarakat karena beberapa pengembangan teknologi yang semakin maju serta akses yang mudah sehingga mendukung para gamer E-Sport. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada waktu dekat ini mengadakan survey tahunan tentang pengguna internet untuk bermain E-Sport/*game online* di Indonesia, dan hasilnya sekitar 21 juta penduduk Indonesia menggunakan internet untuk mengakses game E-Sport. Banyak warga Indonesia yang mencari pendapatan dari E-Sport, dengan menjadi pemain E-Sport profesional sampai menggunakan media youtube untuk mengenalkan E-Sport dengan lebih menarik. E-Sport merupakan kegiatan adu ketangkasan antar individu atau kelompok yang tidak terbatas hanya pada kegiatan fisik dan dilakukan dengan menggunakan suatu alat elektronik. Di Negara besar seperti China, USA, Eropa, perkembangan e-Sport sudah sangat berkembang bahkan mulai dijadikan cabang olahraga baru.

Pertumbuhan E-Sports di dunia terus menjadi pesat bersamaan dengan kemajuan teknologi yang terus menjadi mutakhir pada era saat ini, banyaknya turnamen-turnamen E-Sports yang bermunculan serta peminat E-Sports terus bertambah. Permainan pada dunia E-sport inipun beragam mulai dari PUBG Permainan ini bisa dimainkan dengan 100 orang sekaligus secara daring. 100 orang tersebut akan berusaha bertahan hidup dengan saling membunuh di suatu pulau. Sampai

saat ini, Game yang dirancang oleh pria asal Irlandia, Brendan Greene ini menjadi game terfavorit kedua, selain itu yang menduduki peringkat pertama ialah free fire merupakan game yang semua pemain dikerahkan dengan pesawat dan wajib melakukan terjun bebas. Tiap pemain juga harus mencari senjata dan peralatan medis ketika dikirim untuk bertarung melawan pemain lain dan bertahan hidup. Selain itu terdapat permainan *Mobile Legends* yang dirancang untuk permainan tim yang masing-masing berisi lima orang berjuang untuk mencapai dan menghancurkan markas musuh sambil mempertahankan markas mereka sendiri. Selanjutnya PES yang merupakan permainan yang bisa dimainkan solo dan duel yang di mana pemain mengendalikan sebuah pertandingan sepak bola mulai dari menyetel strategi bermain hingga mengendalikan gerakan animasi pemain sepak bola di dalam permainan tersebut .

Sebagian pengembang industri permainan game online dunia ikut pula meningkatkan mutu turnamen E-Sports baik itu total hadiah yang bertambah maupun penerapan turnamen itu sendiri yang lebih terstruktur. E-Sports dikala ini menjadi salah satu industri yang menjanjikan, pasalnya banyaknya pemain dalam satu turnamen E-Sports meyakini kalau keuntungan dalam tournament dapat dibagi oleh kelompok tersebut. Selain itu masuknya sponsor-sponsor dalam satu turnamen E-Sports telah meyakinkan bahwa E-Sports di zaman saat ini dapat jadi industri yang menjanjikan serta para gamers yang serius menekuni bidang E-Sports pasti hendak bisa memperoleh keuntungan dari turnamen yang diikuti (Freeman G, 2017:16).

Keberadaan E-Sports disaat ini tidaklah hanya sebatas bermain permainan saja, namun saat ini masih banyak yang beranggapan jika bermain permainan hanyalah membuang waktu maupun menghabiskan uang, bermain permainan sesungguhnya pula banyak memberikan manfaat positif, terlebih lagi bila telah masuk kedalam dunia profesional *gamers* sehingga para pemain bisa membagi sebagian keuntungan baik dari segi materil, menaikkan pengalaman sampai keliling dunia karena mengikuti turnamen-turnamen yang dicoba diluar negara serta pula dapat membawa nama negara pada ajang kompetisi internasional. Terlebih lagi E-Sports

dikala ini menjadi salah satu cabang olahraga yang hendak di pertandingkan dalam Asian Games 2022 di Hangzhou Cina (JasonR, 2019: 2-3).

Masuknya E-Sports ke dalam cabang olahraga di Asian yang diinisiasi oleh OAC serta pula Alisports yang merupakan bagian dari Alibaba Sports Group yang berasal dari industri *E-Commerce* raksasa asal Cina yang ikut pula berkonsentrasi mengembangkan permainan *game online* untuk mencari bibit unggul dalam dunia permainan game online. Masuknya E-Sports kedalam cabang olahraga di Asian games ini membuktikan bahwa popularitas E-Sports di dunia terus menjadi besar serta banyak yang menantikan keseruan pertandingannya. 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 selalu bertambah tiap tahunnya, di tahun pertama pengadaanya pada 2011 The International sudah membagikan total hadiah sebesar 1, 6 juta USD (Mogi G, 2019:109).

Serta puncaknya di tahun 2016 The International membuat suatu kejutan, turnamen ini membongkar rekor dan menjadikan The International sebagai tournament E-Sports dengan total hadiah terbanyak. Hingga saat ini, total hadiah The International sejak 2016 mencapai 18, 42 USD Turnamen– turnamen E-Sports dunia terus menjadi banyak peminatnya dan pemirsa yang menyaksikan turnamen tersebut tidak hanya dari kalangan pecinta game namun secara keseluruhan.

Di Indonesia sendiri keberadaan E-Sports awal mulanya hanya digiatkan oleh para pelaku dari E-Sporst dan juga para penggemar E-Sports itu sendiri, di Indonesia awal pertumbuhan E-Sports diawali dari turnamen– turnamen kecil di warnet– warnet yang berhadiah jutaan rupiah. Hal ini juga turut dirasakan disejumlah wilayah di Indonesia termasuk di Provinsi Lampung. Banyaknya event pertandingan E-sport yang dilakukan secara mandiri oleh sejumlah kedai kopi membuat pemain *game online* dengan sebutan gamers tidak memiliki wadah serta naungan yang jelas, sehingga mengakibatkan komunitas *gamers* dadakan semakin

menjamur dan bermunculan serta tidak memiliki kegiatan yang terarah (Waldi Irawan,2019 :93).

Melihat peminatan dalam dunia E-Sport yang semakin pesat membuat kegiatan ini sudah bukan lagi sebagai sarana hiburan semata, namun lebih kepada mencari dan menggali keuntungan, pendapatan dari setiap permainan tanpa memikirkan masa depan yang jelas berkaitan dengan karir personal pemain game online itu sendiri. Pada tahun 2020 sendiri pemerintah Indonesia baru saja meresmikan kepengurusan E-Sport Indonesia (PBESI) sebagai salah satu langkah yang kongkrit dalam menjaring atlet E-Sport di Indonesia, selain itu konsentrasi pemerintah Indonesia mulai terlihat terbangun pada koridor olahraga games online dengan hadirnya turnamen E-Sport di ajang Pekan olahraga nasional dua puluh Papua (PON Papua).

Konsentrasi keseriusan tersebut tidak hanya dirasakan uporianya pada tingkat nasional namun juga merambah kepada tingkat provinsi. Sebagai wujud perpanjangan tangan keseriusan pembangunan olahraga E-Sport ini ditahun 2021 pemerintah Provinsi Lampung ikut serta membentuk cabang PBESI Lampung dan melakukan peresmian sebagai salah satu tujuan untuk menjembatani wadah menjaring atlet-atlet baru yang nantinya dapat membawa nama daerah ke kancah nasional bahkan Internasional.

Dengan adanya keberadaan organisasi yang menaungi olahraga E-Sport ini membuka peluang bagi atlet E-Sport dalam mendapatkan jenjang karir yang jelas dan tidak lagi berpaku hanya pada keuntungan sesaat dengan *event* bersekala kecil yang diadakan beberapa kedai *coffee shop* saja, namun lebih memiliki tujuan terarah untuk bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan berorientasi pada turnamen kelas nasional bahkan internasional. Dalam menyebarkan E-Sport di Indonesia khususnya di provinsi Lampung diperlukan strategi yang tepat agar dalam pelaksanaannya E-Sport dapat lebih dikenal oleh masyarakat kebanyakan, meskipun dalam kenyataannya E-Sport merupakan olahraga yang baru di Indonesia dengan ditambah banyaknya stereotipe negatif yang menangui

kegiatan olahraga ini.

Sehingga diperlukan edukasi dan informasi yang cenderung positif yang disebarluaskan kepada masyarakat kebanyakan. Berdasarkan pra penelitian yang telah peneliti lakukan terdapat beberapa langkah serta strategi yang menjadi sebuah percepatan bagi PBESI demi terciptanya atlet yang profesional di bidang e-sport salah satu langkah atau strategi tersebut ialah secara rutin PBESI menggelar turnamen berskala daerah baik di tingkat provinsi hingga kabupaten kota, baru-baru ini PBESI menggelar event yang bertajuk PB E-Sport Indonesia. *Event* ini diadakan di 5 kabupaten/kota yakni, Bandar Lampung, Metro, Lampung Selatan, Pringsewu, dan Lampung Utara. Secara garis besar menurut ketua harian PB ESI Lampung Iqbal Adriansyah *event* ini sebagai perangsang bagi para *gamers* di Provinsi Lampung. Dimana PBESI ini nantinya akan menaungi dan mengadakan pembinaan terhadap atlet-atlet, khususnya *gamers*.
Terkhusus PBESI

Lampung akan menggandeng kabupaten kota untuk mengadakan piala Bupati E-Sport. Selain itu salah satu langkah dan strategi jangka panjang dari PBESI ialah menjadikan E-Sport sebagai kegiatan ekstrakurikuler pada tingkat SMP, SMA dan SMK hal ini sebagai sarana wadah pengembangan potensi, sekaligus pondasi edukasi tentang esport agar memiliki pola pikir yang benar.

Melihat kegiatan dari PBESI salah satunya adalah menjaring atlet di Lampung menjadi kendala saat ini, selain PBESI terbilang baru dalam penjaringan atlet pun masih perlu adanya pemetaan yang serius, jauh dari itu permasalahan lainnya ialah menyangkut minimnya pengetahuan masyarakat secara menyeluruh akan adanya olahraga baru yang mengkolaborasikan teknologi ini. Dengan adanya hal ini maka perlu adanya sistem edukasi yang dilandasi dengan strategi kampanye yang baik tentang E-sport agar tumbuh minat masyarakat untuk mengetahui, menyukai dan bergabung pada olahraga E-sport.

Sebagai cara untuk memaksimalkan penjangkaran atlet E-Sport di Lampung , maka melalui pra penelitian serta pemaparan tersebut hal yang menjadi sorotan penelitian ini ialah bagaimana bentuk strategi kampanye PBESI Lampung dalam menarik keinginan calon atlet E-Sport untuk bergabung dalam organisasi serta berlatih secara professional. Untuk mengungkap pertanyaan penelitian tersebut, peneliti menggunakan teori kampanye *public relation* milik Harwood Childs yang akan mengupas strategi dalam kampanye PBESI (Ketua, Public Relations, dan yang lainnya) dalam merancang pesan bentuk informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Dalam megupas ini peneliti akan meninjau dari empat aspek strategi kampanye mulai dari *Strategy Of Publicity*, *Strategy Of Persuation*, *Strategy Of Argumentation*, Dan *Strategy Of Image* (venus, 2019 :23).

Strategy of publicity yang akan melihat dan mendeskripsikan rancang bangun sebuah pesan kampanye, serta melihat dan mendeskripsikan publikasi yang dilakukan agar pesan tersebut dapat sampai kepada masyarakat. *Strategy of persuasion*. Melihat dan mendeskripsikan teknik yang dilakukan oleh PBESI Lampung dalam mempengaruhi masyarakat. *Strategy of argumentation* Melihat dan mengenali seberapa besar pemberitaan negatif yang muncul yang tidak menguntungkan bagi PBESI, serta dengan adanya ketidakuntungan yang dimiliki tersebut peneliti akan melihat bagaimana counter yang dilakukan oleh PBESI Lampung untuk mempertahankan berita baik. *Strategi of image*. Strategi Melihat dan mendeskripsikan pembentukan citra dengan melihat segi promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Strategi Kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) Dalam Menjaring Altlet E- Sport di Lampung ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Strategi Kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) Dalam Menjaring Altlet E-Sport di Lampung .

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di dapat dalam penelitian ini, diantaranya:

- a. Secara teoritis, penelitian ini dapat berkontribusi dan menambah koleksi kajian penelitian ilmu komunikasi khususnya pada topik kajian strategi komunikasi, komunikasi organisasi dan ilmu Hubungan Masyarakat atau Public Relations.
- b. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber literatur bagi penelitian strategi komunikasi, khususnya mengenai Strategi Kampanye. Disisi lain temuan-temuan yang muncul dari hasil penelitian nantinya dapat memperkaya teori-teori yang berkaitan dengan penyusunan Strategi Kampanye pada organisasi.
- c. Secara praktis, penelitian ini dapat memberi masukan kepada organisasi PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) mengenai Strategi Kampanye yang dapat memberikan dampak positif dalam kegiatan menjaring Altlet E-Sport di Lampung .

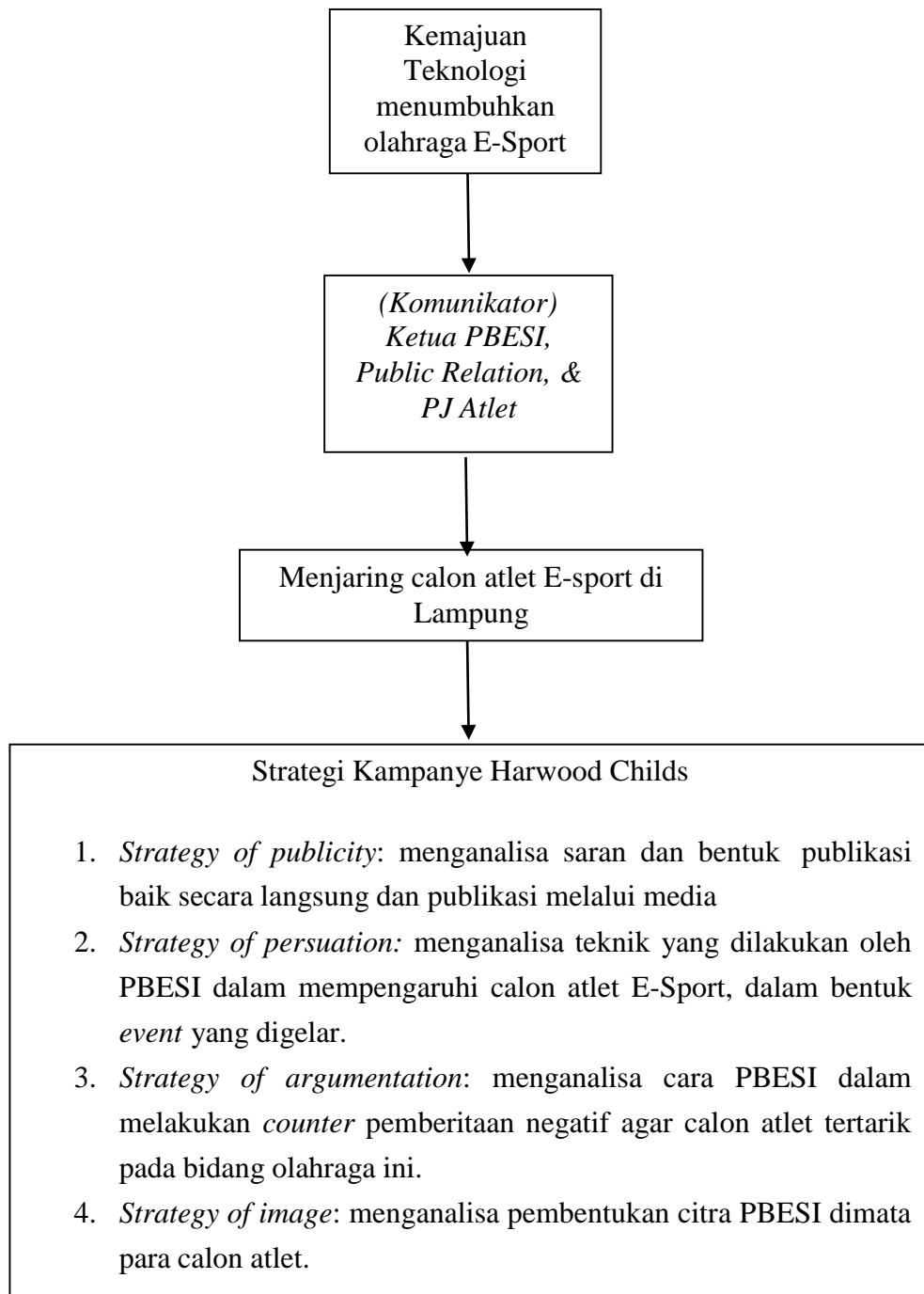
1.5 Kerangka Pikir

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dipaparkan diatas, peneliti membuat kerangka pikir penelitian yang dijadikan sebagai acuan berpikir dalam penelitian ini. Penelitian ini ingin mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis tentang strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring Altlet E-Sport di Lampung . Alur berpikir dalam penelitian ini yaitu melihat strategi kampanye dengan menggunakan empat tahapan strategi kampanye milik Harwood Childs dengan empat tahapan didalamnya yaitu:

1. *Strategy of publicity* yang akan melihat dan mendeskripsikan rancang bangun sebuah pesan kampanye, serta melihat dan mendeskripsikan publikasi yang dilakukan agar pesan tersebut dapat sampai kepada masyarakat.
2. *Strategy of persuasion*. Melihat dan mendeskripsikan teknik yang dilakukan oleh PBESI dalam mempengaruhi calon atlet E-sport
3. *Strategy of argumentation* Melihat dan mengenali seberapa besar pemberitaan negatif yang muncul yang tidak menguntungkan bagi PBESI, serta dengan adanya ketidakuntungan yang dimiliki tersebut peneliti akan melihat bagaimana tandingan pemberitaan yang dilakukan oleh PBESI untuk mempertahankan berita baik.
4. *Strategi of image*. Strategi Melihat dan mendeskripsikan pembentukan citra PBESI dimata para calon atlet.

Susunan bagan kerangka fikir pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian



Sumber: Diolah oleh peneliti.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan acuan bagi pengembangan dan perbandingan untuk penelitian yang dilakukan, dalam hal ini peneliti mencari studi penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini, dimana penelitian ini membahas strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjangkau atlet E-Sport di Lampung . Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan, pelengkap dan kajian. Beberapa hasil penelitian yang memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

1.	Judul	Strategi Iespa (Indonesia E-Sports Association) Dalam Mengkampanyekan E-Sports Di Indonesia.
	Penulis	Firdan Rastama Faherty 2018, (SKRIPSI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
	Tujuan	Dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengetahui strategi IeSPA dalam mengkampanyekan E-Sports di Indonesia dan mengetahui bagaimana peluang e-Sports di Indonesia.
	Metode Penelitian	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.

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan, strategi IeSPA dalam mengkampanyekan eSports 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 mediaberbasis 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.</p>
<p>Perbedaan Penelitian</p>	<p>Perbedaan dalam penelitian terdapat pada fokus penelitian, dimana penelitian ini berfokus kepada strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet E-Sport di Lampung . Kemudian perbedaan pada objek penelitian, yaitu dalam penelitian ini memilih objek penelitian yaitu PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung).</p>
<p>Kontribusi Penelitian</p>	<p>Menjadi referensi dan acuan bagi peneliti serta membantu dalam proses penyusunan penelitian tentang strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E- Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet E- Sport di Lampung .</p>

2.	Judul	Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Loneliness Terhadap Adiksi Game Online
	Penulis	Siti Rocmah, Skripsi 2015, (SKRIPSI) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
	Tujuan	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mencari tahu seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal dan loneliness terhadap adiksi game online.
	Metode Penelitian	Metode pengambilan sampel menggunakan <i>non-probability sampling</i> . Sedangkan penelitian saya bertujuan mencari tahu bagaimana pengaruh game online terhadap motivasi belajar siswa SMA Negeri Ambulu. Yakni apakah dengan bermain game online motivasi belajar pada anak akan terganggu dan metode pengambilan sampel menggunakan Stratified Proporsional Sampling.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini merupakan masukan yang positif bagi orang tua dan anak untuk mencegah terjadinya adiksi game online. Selain itu bagi individu yang mengalami komunikasi buruk diharap memiliki cara konstruktif dalam menyelesaikan masalah.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dalam penelitian terdapat pada fokus penelitian, dimana penelitian ini berfokus kepada strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet E-Sport di Lampung . Perbedaan penelitian juga pada pendekatan dan metode, pada penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian terdahulu untuk penelitian ini, yaitu berkaitan dengan kontruksi seseorang dalam

		memainkan serta memandangi permainan game online itu sendiri. Serta Menjadi referensi dan acuan bagi peneliti serta membantu dalam proses penyusunan penelitian tentang strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet E-Sport di Lampung .
3.	Judul	Pengaruh Motivasi Bermain Game Online Mmorpg Dan Dukungan Sosial Terhadap Adiksi Game Online Pada Remaja di Tangerang.
	Penulis	Putri Rachmawati 2015, (SKRIPSI) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
	Tujuan	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara motivasi bermain game online dan dukungan sosial.
	Metode Penelitian	Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan <i>non-probability</i> sampling dan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 270 remaja pemain game online MMORPG yang tersebar di Indonesia. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala adiksi game online yang disusun oleh Law and Chang (2007) dengan jumlah 17 item kemudian dilakukan adaptasi menjadi 27 item, skala dukungan sosial yang disusun Sarafino (1998) dengan jumlah 30 item, skala motivasi bermain game online yang disusun oleh Yee (2006) dengan jumlah 40 item.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ditemukan bahwa dukungan sosial masuk pada ranah yang positif, hal ini terlihat dari adiksi game online ialah memperoleh achievement berkompetisi. serta menumbuhkan cita-cita yang

	tinggi dalam status pemainnya. Hal ini dilakukan untuk mempelajari mekanisme dengan serius serta memaksimalkan kinerja, karakter di dalam permainan game online.
Perbedaan Penelitian	Perbedaan dalam penelitian terdapat pada fokus penelitian, dimana penelitian ini berfokus kepada strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet E-Sport di Lampung . Sedangkan penelitian terdahulu lebih berfokus kepada dukungan lingkungan sosial dalam mempengaruhi <i>Achievment</i> seseorang <i>Gamers</i> . Perbedaan penelitian juga pada pendekatan dan metode, pada penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.
Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian terdahulu untuk penelitian ini, yaitu berkaitan dengan motivasi dan dukungan sosial kepada para <i>gamers</i> . Serta Menjadi referensi dan acuan bagi peneliti serta membantu dalam proses penyusunan penelitian tentang strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet E-Sport di Lampung .

Sumber: Diolah Oleh Peneliti.

2.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

2.2.1 Sejarah PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung)

PBESI merupakan salah satu organisasi E-Sport di Indonesia yang diresmikan pada 18 Januari 2020. Ini menjadi momen yang bersejarah bagi E-Sport Indonesia. Dengan adanya organisasi ini, seluruh elemen dalam ekosistem E-Sport akan mendapat perhatian dan bisa menjadi lebih maju. Untuk periode 2020-2024, PBESI diketuai oleh Jenderal Pol. (P.) Prof. Dr. Budi Gunawan S.H., M.Si.

Organisasi PBESI menjadi wadah bagi tim-tim E-Sport, pemain hingga *publisher* gim untuk menjadikan E-Sport lebih dikenal di Indonesia. Dalam pelaksanaannya, organisasi ini akan membantu perkembangan E-Sport mulai dari tingkat daerah. Target yang tinggi untuk bisa berprestasi di tingkat internasional tentu membutuhkan persiapan yang matang.

Pihak PBESI meregulasi industri *esports* agar lebih teratur untuk bisa lebih berprestasi. Regulasi yang baik juga dibuat agar semua pihak bisa merasakan manfaatnya. PBESI membangun *E-Sport Training Center* di kawasan Sentul menjadi terobosan yang bagus untuk *esports* Indonesia kedepannya. Uluran tangan dari organisasi ini membangkitkan semangat semua pihak. Banyak tim-tim E-Sport Indonesia dan juga *publisher* gim bernaung dalam organisasi PBESI seperti AeroWolf, AlterEGO, AURA, Bigetron, BOOM Esports, Dranix, EVOS Esports, Flash Wolves, Geek FAM, Onic Esports, The Pillars, Victim Esports, RRQ dan masih banyak lagi. Tim E-Sport ini kini memiliki wadah untuk saling mendukung, meskipun dalam turnamen akan menjadi lawan.

Publisher game yang banyak dipertandingkan dalam turnamen di Indonesia juga menjadi bagian dari PBESI. Sebut saja Moonton yang memiliki gim Mobile Legends, kemudian ada Tencent dengan gim PUBG Mobile, Garena dengan Free Fire serta Arena of Valor dan Lyto yang sudah familiar dengan industri gim sejak lama. Dengan adanya hubungan antara PBESI dan *publisher* gim, ke depannya juga akan lebih memudahkan ketika mengadakan sebuah turnamen. Salah satu cara untuk mengembangkan industri E-Sport adalah melalui turnamen-turnamen yang menjadi ajang pengembangan dan juga pengakuan dari kemampuan yang dimiliki individu.

Selain tim E-Sport dan *publisher* game, ada juga beberapa media pendukung yang akan sigap dalam menginformasikan perkembangan E-Sports di tanah air. Organisasi PBESI secara resmi mendapatkan dukungan dari Komite

Olahraga Nasional Indonesia (KONI), Kemkominfo hingga Kementerian Pemuda Dan Olahraga Republik Indonesia. Dengan begitu lebih mudah nantinya dalam menyusun kepengurusan tingkat daerah. Seperti olahraga lain, E-Sport juga membutuhkan fondasi kepengurusan yang kuat dari tingkat bawah. Agar tim-tim E-Sport maupun pemain di daerah memiliki pengurus yang akan membantu untuk berkembang. Saat ini, sudah ada 34 provinsi yang sudah resmi memiliki kepengurusan. Dengan adanya pengurus tingkat daerah, maka kinerja lebih efektif dalam pengembangan atlet E-Sports muda.

Banyaknya penggemar gim di Indonesia menjadi alasan industri E-Sport harus terus didorong untuk berkembang. Adanya dukungan dari pihak pemerintah juga akan memudahkan pengembangan E-Sport dari tingkat daerah. Kepengurusan daerah ini membantu untuk mengadakan turnamen untuk tingkat daerah. Dengan demikian tim-tim E-Sport di daerah juga memiliki wadah lokal untuk menaungi kebutuhan para penggemar E-Sport untuk meraih prestasi. kepengurusan tingkat daerah, PBESI lebih mudah dalam mengadakan turnamen. Beberapa daerah juga sudah mengadakan turnamen, meskipun kepengurusannya belum lama dibentuk.

PBESI cabang Lampung juga akan mengadakan turnamen “*E-Sport Lampung Championship*” yang kemudian turut disusul oleh Bangka Belitung yang mengadakan turnamen PUBG Mobile dengan hadiah yang cukup besar. Kemudian ada PBESI Sulawesi Utara yang mengadakan turnamen *Free Fire* hingga memecahkan rekor MURI sebagai turnamen E-Sport dengan peserta terbanyak. *Trend* ini turut disambut oleh daerah-daerah lain yang juga tidak kalah mengadakan turnamen lokal dengan sangat meriah.

Adanya turnamen lokal ini akan memudahkan dalam pencarian bibit-bibit atlet E-Sports untuk masa depan. Karena tujuan PBESI Pusat adalah untuk memajukan E-Sports Indonesia agar bisa berprestasi di tingkat

internasional, sehingga dibutuhkan persiapan sedini mungkin agar nantinya proses yang harus ditempuh bisa lebih terarah.

PBESI (Pengurus Besar Esports Indonesia) akan menjadi wadah yang tepat bagi pelaku industri E-Sport tanah air. Jajaran kepengurusannya merupakan orang-orang yang sudah berpengalaman dalam hal kepemimpinan agar bisa mengayomi berbagai pihak mulai dari tim E-Sport, pemain, hingga *publisher* game untuk bersama-sama memajukan E-Sport di Indonesia ke arah yang lebih baik.

2.2.2 Tujuan

Tujuan dari organisasi PBESI yakni akan menjadi wadah bagi tim-tim E-Sport di Indonesia, pemain hingga *publisher* gim untuk menjadikan E-Sport lebih dikenal di Indonesia. Dalam pelaksanaannya, organisasi ini akan membantu perkembangan E-Sport mulai dari tingkat daerah. Target yang tinggi untuk bisa berprestasi di tingkat internasional

2.2.3 Visi dan Misi

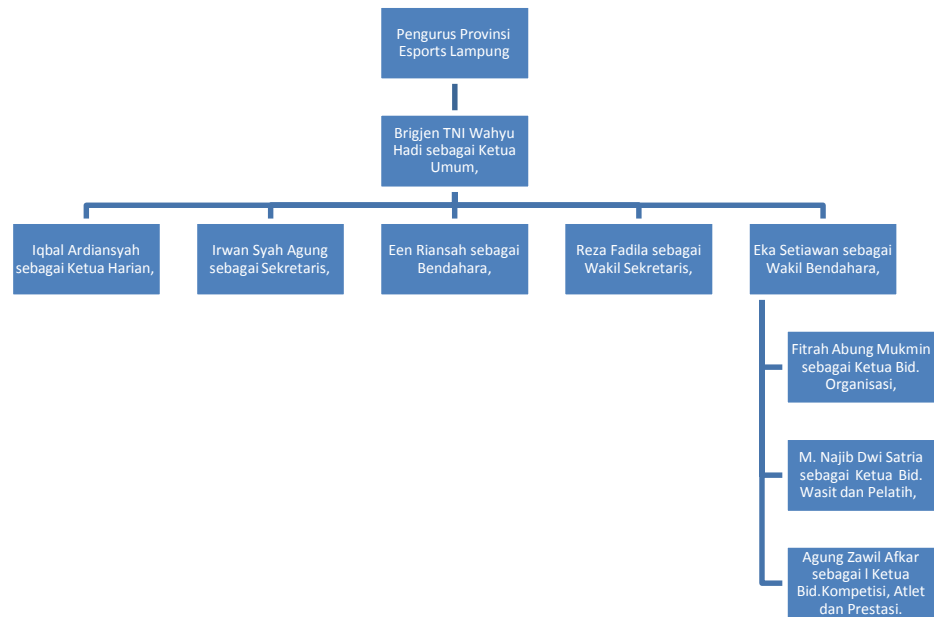
PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia) memiliki visi dan misi yang besar dalam memajukan olahraga E-Sport. Salah satunya adalah melalui Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) yang strategis dan secara resmi mengakui bahwa E-Sports sebagai sebuah cabang olahraga prestasi.

PBESI memiliki visi yang kuat untuk mengembangkan serta mempromosikan E-Sport agar bisa dikenal luas. Ke depannya juga berharap agar talenta E-Sport Indonesia mampu menjadi yang terbaik, khususnya di kawasan Asia. Visi yang kuat tentu akan menjadi penyemangat bagi siapapun yang terlibat dalam perkembangan olahraga game ini.

Visi tersebut harus didampingi dengan misi yang besar, yaitu dengan mendorong industri E-Sports di Indonesia untuk bisa tumbuh lebih cepat hingga menjadi pusatnya di Asia.

2.2.4 Struktur Organisasi PBESI

Struktur organisasi PBESI yaitu:



2.3 Game Online

Dewasa ini, perkembangan teknologi sangat bisa dirasakan oleh manusia diseluruh dunia. Teknologi dapat meringankan pekerjaan individu dan digunakan hampir disemua sektor kehidupan (Rahman & Nursalim, 2021). Melalui teknologi, individu dapat melakukan berbagai aktifitas mulai dari hal dasar seperti komunikasi hingga hal menyenangkan seperti hiburan. Salah satu aktivitas menyenangkan dan hiburan tersebut adalah bermain *game online*.

Bermain *game online* menjadi semakin populer di seluruh dunia, salah satunya di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna game online di Indonesia. Hasil survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa salah satu konten hiburan yang banyak dipilih oleh masyarakat Indonesia adalah *game online*, yaitu sebesar 16,5 persen (Buletin APJII, 2020) dan bahkan diprediksi akan meningkat sebanyak 21,6 persen di tahun 2025. Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan Verizon juga menyatakan bahwa pengguna game online meningkat sebesar 75 persen selama masa pandemi covid-19 (CNN Indonesia, 2020).

Menurut survei oleh Wearesocial dan Hootsuite (2020) diketahui bahwa sekitar 59 persen pengguna internet di Indonesia menggunakan aplikasi *game online* setiap bulannya. Hasil studinya juga mencatat jumlah *gamers* (pemain *game online*) di Indonesia mencapai 60 juta. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat menjadi 100 juta pada tahun 2020 sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna *game online* atau *gamers* terbanyak se-Asia Tenggara dan keenam se-Asia (Sulistya, 2020). Berdasarkan data tersebut dapat terlihat bahwa jumlah pemain *game online* di Indonesia terbilang banyak.

Beberapa penelitian menyatakan bahwa pengguna *game online* terbanyak berada pada rentang usia remaja. Hasil survei Decision Lab pada tahun 2018 mencatat bahwa pemain *game online* terbanyak di Indonesia rata-rata berusia 16 sampai 24 tahun, yaitu dengan persentase 27 persen (Lokadata, 2018). Saat ini remaja menghabiskan waktu lebih banyak dalam bermain *game online* dari pada orang dewasa. Penyebabnya adalah karena remaja sangat mudah tertarik dan mengikuti perkembangan yang ada, serta mudah terjerumus terhadap percobaan hal-hal baru seperti *game online* (Novrialdy. dkk, 2019).

2.4 E-Sport (*Electronic Sport*)

Revolusi Industri 4.0 merupakan sebuah lompatan besar di sektor industry, dimana teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan sepenuhnya guna mencapai efisiensi yang setinggi-tingginya sehingga menghasilkan model bisnis baru yang berbasis digital. Internet sebagai sumber informasi dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan sumber daya manusia. Internet sifatnya yang dinamis mampu memfasilitasi berbagai aktivitas kehidupan. Pendidikan, bisnis, perbankan, sosial, dan bahkan olahraga saat ini memanfaatkan internet. Kemudian muncul istilah elearning, *e-business*, *e-banking*, media sosial, dan olahraga elektronik atau biasa disebut *Electronic Sport* (E-Sport) (Ratnasari, 2008:13).

Perkembangan teknologi telah banyak membawa perubahan bagi kehidupan masyarakat dunia. Demikian juga pada bidang olahraga, sejak tahun 2008 cabang olahraga berbasis digital atau E-Sport telah diakui oleh masyarakat dunia. Saat ini, E-Sports memang tengah menjadi pembicaraan hangat di Indonesia. Salah satu alasannya karena jumlah hadiah turnamen esports yang semakin fantastis, seperti *Fortnite World Cup* yang menawarkan total hadiah US\$30 juta dan *The International* yang menawarkan total hadiah US\$34 juta. Sejak saat itu perkembangan E-Sport telah meluas di berbagai negara termasuk juga di Indonesia. Di Indonesia E-Sport diadakan pertama kali pada tahun 1999 saat itu, untuk pertama kalinya kompetisi game online diperlombakan.

E-Sports di Indonesia belum sepopuler keberadaannya dibandingkan dengan negara lain di dunia. Hal ini dibuktikan masih terbatasnya turnamen yang diadakan dan masih belum tergalinya bakat SDM yang memiliki minat di bidang olahraga berbasis digital atau E-sport ini. Salah satu faktor belum populernya E-sport di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya kurang dukungan dari berbagai pihak termasuk juga pemerintah dan masyarakat Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk pengguna internet terbesar di dunia. Hal ini tentu akan menjadi kesempatan besar jika dilakukan optimalisasi potensi SDM secara maksimal. Optimalisasi potensi tersebut salah satunya dapat dilakukan melalui E-Sport.

E-sports adalah industri non-olahraga masa depan di Indonesia. Ada lima pendiri E-Sports di Indonesia, yaitu Eddy Lim, Prana Adisapoetra, Erwin, Richard, Permana dan Terry. Kelima orang ini kemudian membentuk sebuah organisasi e-sports gaming pada tahun 2013, namanya Indonesia E-Sports Association atau Indonesia E-Sports Association (IeSPA). Organisasi tersebut kemudian memperluas organisasinya ke 12 provinsi di Indonesia, termasuk Papua Barat. Pada tahun 2018 pertama kalinya E-Sports di pertandingkan di Indonesia pada ajang Asian Games. Ada 6 game yang di pertandingkan di *event* tersebut yaitu Arena of Valor, Pro Evolution Soccer (PES), League of

Legends, HearthStone, Clash Royale, dan Starcraft 2. E-Sport Sendiri memberi dampak positif dalam perekonomian Indonesia.

Saat ini minat dan antusias masyarakat terhadap E-Sports dapat memberikan jawaban serta pembuktian bahwa permainan Esport memiliki dampak positif bagi masyarakat maupun negara seperti di bidang perekonomian, sosial, maupun prestasi. E-Sport juga memiliki nilai-nilai yang terdapat dalam olahraga pada umumnya seperti nilai etika dan estetika dalam permainan E-Sport. Nilai-nilai yang terkandung dalam permainan E-Sport sebagai olahraga prestasi memberikan dampak positif jika para peminat dan pemain profesional E-Sport dapat memahami tentang nilai dan fungsi dalam permainan E-Sport, Nilai-nilai tersebut membuat para penggemar dan atlet E-Sport memahami bahwa permainan E-Sport tidak hanya tentang memenangkan permainan, tetapi juga memiliki nilai yang lebih besar dalam memainkan permainan ini.

2.5 Tinjauan Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratus” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti pemimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata “strategos” yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.¹ Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Karena itu para pakar strategi tidak saja lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tetapi juga profesi lain.

Pada dasarnya strategi adalah rencana manajemen instansi atau organisasi dalam jangka panjang dari hal yang umum ke hal yang khusus, untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh instansi dan akan dijadikan sebagai acuan dalam segala kegiatan instansi. Dengan adanya strategi, maka sebuah

instansi atau organisasi akan lebih mudah dalam melaksanakan berbagai kegiatannya. Stephen Robbins dalam Morissan mendefinisikan strategi sebagai Penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Berdasarkan definisi di atas, dapat dipahami bahwa strategi itu penting dipahami oleh setiap eksekutif, manajer, kepala atau ketua, direktur, pejabat senior dan junior, pejabat tinggi, menengah dan rendah. Hal ini harus dihayati karena strategi dilaksanakan oleh setiap orang pada setiap tingkat, bukan hanya oleh pejabat tinggi.

Tingkatan strategi, pada umumnya setiap organisasi atau perusahaan memiliki strategi yang berbeda namun pembuatan strategi umumnya menggunakan tiga tingkatan. Menurut Husain Umar tingkatan strategi tersebut adalah:

1. Strategi Korporasi Strategi ini menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa.
2. Strategi Unit Bisnis Strategi ini biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industrinya atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut.
3. Strategi Fungsional Strategi ini menekankan terutama pada pemaksimalan sumber daya produktivitas. Dalam batasan oleh perusahaan dan strategi bisnis yang berada di sekitar mereka, departemen fungsional, departemen fungsional seperti fungsi-fungsi pemasaran, dan SDM untuk mengumpulkan bersama-sama aktivitas mereka dan kompetensi mereka guna meningkatkan kinerja perusahaan.

2.6 Strategi Komunikasi

Mnurut (Effendy, 2015: 32) segala perkembangan suatu bidang saat ini membutuhkan suatu strategi komunikasi, komunikasi bisa dianggap berhasil atau tidak, banyak ditentukan oleh sebuah strategi komunikasinya. Strategi

komunikasi merupakan penggabungan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) dalam mencapai tujuannya. Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus menampilkan operasionalnya secara taktis, dalam arti pendekatan bisa berubah sewaktu waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Dalam merumuskan strategi komunikasi, selain perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Adapun langkah - langkah pengenalan khalayak dan sasaran menurut (Suprpto, 2011: 8) yaitu: mengenal khalayak, Menyusun pesan, menetapkan metode, seleksi penggunaan media, serta hambatan dalam komunikasi.

Bagian dari strategi komunikasi ada seorang Public Relations yang berperan aktif, public relations adalah salah satu cabang ilmu komunikasi yang sangat penting. Setiap orang pasti melakukan fungsi humas baik untuk kepentingan dirinya sendiri, orang lain, kelompok, organisasi dan masyarakat Morissan (2010:2). Definisi mengenai Public Relations yang dikemukakan oleh Muslimin (2004:4), “Public Relations adalah suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *good will*, kepercayaan, penghargaan dari public relations terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan publiknya, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi perusahaan”.

Public Relations diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dimana secara operasional humas bertugas membina lingkungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya. Konsep peranan petugas public relations yang dikembangkan oleh Broom, kemudian dikembangkan oleh Broom dan Smith, yaitu peran public relations merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman fungsi public relations komunikasi organisasi

Apa saja yang harus dilakukan humas dalam melakukan pekerjaannya. Menurut Dominick dalam (Morissan 2010: 8) humas mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik Humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi perusahaan, disisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak dan melaporkan kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.
2. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi Praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan perusahaan. Humas merupakan fungsi manajemen.
3. Humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak di capai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan. Humas juga harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik.

Strategi Kampanye merupakan salah satu teknik komunikasi yang dapat digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi. Menurut Regors dan Storey, “Kampanye adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisir dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu sebagian besar khakayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu”. Sedangkan menurut pakar komunikasi Rice dan Paisley, “kampanye adalah keinginan seseorang untuk mempengaruhi opini individu dan publik, kepercayaan, tingkah laku, minat, serta keinginan audiensi dengan daya tarik komunikator yang sekaligus komunikatif (Venus, 2004:7-8).

2.7 Strategi Kampanye

Strategi Kampanye merupakan upaya komunikasi yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga secara sistematis dan terencana untuk mempengaruhi, merubah pola pikir dan tindakan dari target sarannya. Menurut Harwood Childs (Ruslan, 2009) menjelaskan bahwa ada beberapa tahapan strategi untuk

merancang suatu pesan dalam kegiatan kampanye, tahapannya adalah sebagai berikut:

1. ***Strategy Of Publicity***: Tahapan pertama dalam strategi kampanye yaitu *Strategy Of Publicity*, sebagai tugasnya sebagai komunikator yang menjalankan beberapa elemen komunikasi dalam perusahaan, tugas yang tak kalah penting yaitu publikasi kehumasan (Purnomo, 2020). Tahapan pertama dalam kegiatan kampanye yaitu melakukan proses publikasi suatu pesan atau informasi melalui media, dalam hal ini lebih baik jika bekerjasama dengan berbagai media massa. Disisi lain dengan menggunakan cara atau tak-tik memanipulasi atau rekayasa terhadap pesan atau informasi dapat menarik perhatian khalayak dan pada akhirnya akan menciptakan publisitas yang memiliki banyak keuntungan.
2. ***Strategy Of Persuation***: Tahapan kedua dalam strategi kampanye yaitu *Strategy Of Persuation*. Kegiatan seorang komunikator organisasi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan proses komunikasi, mulai dari penyebaran informasi, komunikasi publik dan penggiatan persuasi. Komunikator harus memiliki kemampuan komunikasi persuasif yang baik, serta kemampuan pengkajian pendapat umum (Sujanto, 2019). Sama halnya dengan tahapan strategi dalam kegiatan kampanye, yaitu untuk membujuk atau menggalang khalayak melalui teknik sugesti persuasi untuk mengubah opini publik dengan mengangkat segi emosional dari suatu cerita, artikel, atau *feature* yang berlandaskan *human interest* yang berpusat pada aktivitas dan perilaku manusia.
3. ***Strategy Of Argumentation***: Tahapan ketiga dalam strategi kampanye yaitu *Strategy Of Argumentation*, yaitu strategi yang biasanya dipakai untuk mengantisipasi munculnya berita negatif yang kurang menguntungkan (*Negative News*). Kemudian dibentuk berita tandingan yang mengemukakan argumentasi yang rasional agar opini publik tetap dalam posisi yang menguntungkan. Pada proses tahapan strategi ini, kemampuan komunikator yang handal diperlukan untuk mengemukakan

suatu fakta yang jelas dan rasional dalam mengubah opini publik melalui berita atau statement yang dipublikasikan. Untuk menunjang pekerjaannya dalam mempublikasikan argumentasi nya, organisasi dapat menggunakan media baru seperti media sosial untuk kepentingan-kepentingan komunikasi dengan publiknya (Sujanto, 2019). Jika melihat kebutuhan berkomunikasi pada era industri 4.0 saat ini harus memahami tentang penggunaan teknologi, karena hal tersebut dapat memberikan dampak pembentukan reputasi yang ditimbulkan oleh publik terhadap perusahaan atau organisasi yang diwakilinya.

4. ***Strategi Of Image***: Tahapan keempat dan terakhir dalam strategi kampanye yaitu *Strategy Of Image*, yaitu Strategi pembentukan berita yang positif dalam komunikasi untuk menjaga reputasi dan citra lembaga atau organisasi termasuk produknya. Reputasi akan dimunculkan dari persepsi publik yang berkaitan dengan tindakan-tindakan perusahaan maupun prospek perusahaan di masa depan. Selain reputasi dalam tahapan *strategy of image* ini perusahaan juga harus membentuk citra perusahaan yang baik, pembentukan citra tidaklah dilakukan dalam waktu yang singkat, melainkan butuh waktu yang cukup panjang (Sujanto, 2019). Misalnya dalam aktivitasnya seorang komunikator perusahaan atau organisasi tidak hanya menampilkan segi promosi terhadap produknya, tetapi bagaimana menciptakan kegiatan yang non komersial dengan menampilkan kepedulian terhadap lingkungan sosial (*humanity relations, community relations, and social marketing*) yang menguntungkan citra bagi lembaga atau organisasi secara keseluruhan (*corporate image*).

III. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan dalam suatu riset atau penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena dengan penjelasan yang mendalam menurut Kriyantono (2009:58). Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang dikumpulkan penulis adalah berupa kata-kata, lisan, tulisan, dan gambar. Data tersebut didapatkan dari naskah hasil wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, *recorder*, dan beberapa dokumen yang lainnya yang mendukung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan bagaimana strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet E-Sport di Lampung .

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan data dengan gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2010:15). Penelitian ini lebih menekankan pada pengungkapan makna yang terkandung di dalam deskripsi data tersebut, karena itu penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.

Disisi lain, penggunaan metode penelitian ini digunakan karena objek dalam penelitian ini sedang berlangsung bukan objek yang sudah lalu, tugas penulis pada metode penelitian ini untuk mengetahui, menggali mengenai sesuatu yang tidak terlihat tersebut menjadi suatu pengetahuan yang terlihat secara deskriptif. (Rahardjo, 2017:23).

3.3 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian analisis deskriptif, menurut Kriyantono (2009:39) menjelaskan bahwa, tipe penelitian analisis deskriptif adalah suatu prosedur penelitian yang menggambarkan keadaan objek penelitian berdasarkan pada fakta- fakta yang ditemukan (*fact finding*). Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan secara terperinci dan menganalisis bagaimana strategi kampanye PBESI (Pengurus Besar E-Sport Indonesia Lampung) dalam menjaring atlet E-Sport di Lampung .

3.4 Teknik Penentuan Informan

Informan merupakan orang yang menjadi narasumber dan diwawancarai oleh penulis dalam pengumpulan data primer, informan adalah orang yang mengetahui, menguasai dan memahami tentang informasi, maupun fakta dari suatu topik penelitian (Bungin, 2008:82).

Teknik Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, Teknik *purposive sampling* adalah teknik pemilihan informan dengan berdasarkan pertimbangan, dipilih sesuai dengan kebutuhan, kemudian dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang dibuat oleh peneliti (Effendy, 2014:36).

Teknik penentuan tersebut dinilai cocok untuk penelitian ini, karena berfokus pada pemilihan informan yang dipercaya memiliki reputasi untuk isu yang diteliti. Hal tersebut dilakukan supaya penelitian lebih fokus dan pembahasannya tidak melebar. Informan/narasumber dapat digunakan sebagai data pendukung/sekunder, agar data yang dikumpulkan peneliti valid dan dapat diinterpretasikan.

Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling* yaitu informan dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang ditentukan oleh penulis (Kriyantono, 2009:110), dalam hal ini kriteria informan yang ditetapkan oleh peneliti yaitu:

1. Informan merupakan Ketua Harian PBESI Provinsi Lampung
2. Informan merupakan Humas PBESI Provinsi Lampung
3. Informan merupakan Penanggung Jawab Atlet E-Sport PBESI Provinsi Lampung

3.5 Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer, pada penelitian ini, data primer yang didapatkan penulis adalah melalui hasil wawancara mendalam peneliti kepada informan, observasi dan dokumentasi.
2. Data Sekunder, yaitu data tambahan yang diperoleh dari berbagai buku-buku, referensi, artikel, dan internet serta yang berhubungan dengan penelitian ini. Dengan demikian data sekunder berfungsi untuk melengkapi dan mendukung data primer.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses yang dilakukan penulis untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian, dalam penelitian ini teknik yang digunakan penulis untuk memperoleh data yaitu dengan melakukan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara/*Indepth Interview*: Wawancara merupakan teknik pengumpulan data utama yang dilakukan penulis dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk memperoleh data-data yang diperlukan

penulis kepada narasumber atau informan. Dengan membuat panduan wawancara yang didalamnya berisi tentang pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan.

2. Observasi/Pengamatan: Observasi merupakan prosedur atau teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat, mengamati dan mencatat mengenai perilaku objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis tidak melakukan observasi langsung maupun tidak langsung dalam suatu penelitian ilmiah, observasi tidak langsung akan dilakukan peneliti dengan melihat beberapa unsur media sosial yang dapat membantu untuk menemukan jawaban dari rumusan masalah.
3. Dokumentasi: peneliti mengumpulkan catatan peristiwa yang telah terjadi, baik itu dalam bentuk tulisan, foto atau video yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan & Taylor adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2012:88).

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif, proses analisis data kualitatif melalui tahapan menurut (Milles Huberman, 2012:47) sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan *transformasi* data “kasar” yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan bentuk suatu

analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, menyeleksi ketat, dengan membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara yang sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasikan.

2. *Display* (Penyajian Data)

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang lebih baik adalah suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang *valid* untuk melihat gambaran keseluruhan dari penelitian ini.

3. *Verifikasi* (Penarikan Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan dalam penelitian dilakukan sejak pengumpulan data, hingga menyeleksi dan juga menafsirkan serta menyelarskan dengan konsep dan teori, menemukan satu kesimpulan. Penarikan kesimpulan tersebut didapat dari hasil yang telah didapat dari teknik sebelumnya yang telah dilakukan.

3.8 Triangulasi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi dalam melakukan teknik keabsahan data. Triangulasi merupakan proses pemeriksaan data yang didapatkan, dilakukan dengan mengecek data di luar data primer tujuannya sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moelong, 2012:42). Teknik triangulasi dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber data, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Adapun cara-cara yang akan dilakukan penulis dalam melakukan triangulasi, yaitu:

1. Membandingkan data hasil dari wawancara dengan data hasil pengamatan.
2. Membandingkan data dengan apa yang dikatakan oleh informan secara umum dihadapan khalayak dengan apa yang dikatakan secara empat mata.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, strategi komunikasi dari PBESI dilihat dari aspek strategy dibagi menjadi empat bagian :

Aspek Strategy Of Publicity

PBESI Lampung memiliki saluran penyebaran informasi yang terbagi menjadi dua bagian yaitu menggunakan platform sosial media Instagram dan media online website sebagai saluran penyebaran informasi kepada masyarakat, khususnya kepada penggemar Game Online. Media sosial Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan kedua setelah Youtube, media tersebut dipilih karena banyaknya orang yang menggunakan serta karena pada sosial media instagram memiliki banyak fitur audio dan visual sehingga dapat mudah dalam penyebaran informasinya. Media online website yang dijadikan untuk penyebaran informasi berkaitan dengan kegiatan dari PBESI Lampung . Kegiatan publikasi informasi melalui sosial media Instagram dan media online website ini strategis dikelola oleh Public Relations PBESI Lampung .

Aspek Strategy Of Persuasif

Teknik persuasif dalam strategi kampanye Public Relations dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *persuasive mind*, yaitu teknik dipakai oleh praktisi PR dalam melakukan persuasi dengan cara memasuki arena pola pikir target sarannya. Dalam hal ini, selain memberikan pembelajaran mengenai kepribadian dan perilaku kepada atlet, disisi lain PBESI Lampung juga memberikan pesan motivasi yang disampaikan kepada atlet disela-sela kegiatan latihan rutin. Memberikan pesan motivasi ini merupakan bagian dari teknik persuasif kepada atlet dengan menyampaikan bahwa latihan rutin ini

dapat menambah *skill* dalam bermain game online, dapat menyusun strategi yang nanti digunakan untuk bisa menang pada saat pertandingan di event turnamen.

Kemudian kegiatan penjaringan atlet yang dilakukan oleh PBESI Lampung kepada masyarakat khususnya anak-anak muda, pelajar sekolah yang memiliki bakat keahlian di bidang E-Sport saat ini sedang menjalankan strateginya yaitu membentuk kerjasama dengan pihak eksternal. Tidak hanya bekerjasama dengan Pemerintah sebagai pembina dan pemberian sarana dan prasarana, tetapi PBESI Lampung juga bekerjasama dengan organisasi/komunitas E-Sport yang hadir di Lampung. Berbagai event yang dilaksanakan oleh pihak eksternal menjadi berkembangnya koneksi antara PBESI Lampung dalam penjaringan atlet.

Aspek Strategy Of Argumentation

Humas PBESI Lampung dalam mengantisipasi pemberitaan negatif yang kurang menguntungkan, mempunyai strategi dalam mengemukakan suatu fakta yang jelas dan rasional mengenai cabang olahraga E-Sport dan mengubah opini publik melalui berita atau statement yang dipublikasikan. Strategi yang dilakukan yaitu dengan membentuk pesan berupa bukti-bukti prestasi yang didapatkan oleh para atlet yang di bina oleh PBESI Lampung, yang mendapatkan juara pada ajang pertandingan E-Sport baik di level nasional dan internasional.

PBESI Lampung juga menggunakan fitur siaran langsung pada saat kegiatan latihan rutin yang dilakukan oleh para atletnya, semua informasi tersebut disampaikan melalui saluran media sosial instagram yang dimiliki oleh PBESI Lampung. Strategi kedua yang dilakukan oleh PBESI Lampung yaitu sosialisasi secara langsung kepada masyarakat, sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan terkait kehadiran PBESI Lampung yang strategis mengembangkan E-Sport sebagai cabang olahraga baru yang memiliki tujuan yang baik, membina para atlet untuk mendapatkan prestasi

serta banyak keuntungan yang didapatkan. Sosialisasi ini juga menjadi strategi yang efektif untuk dapat membangun komunikasi antara PBESI Lampung dengan targetnya. Strategi ketiga yang dilakukan oleh PBESI Lampung yaitu dengan menyelenggarakan *event* rutin pertahun, bekerjasama dengan komunitas sesama untuk berpartisipasi. Penyelenggaraan event pertandingan ini memberikan bukti nyata kepada masyarakat bahwa cabang olahraga E-Sport ini dapat memberikan keuntungan dalam bentuk prestasi dan keuntungan yang didapat dari hadiah yang diberikan.

Aspek Strategy Of Image

Pembentukan pesan informasi potensi yaitu dengan diberdirikannya organisasi PBESI (Pengurus besar E-Sport Indonesia), terkhusus diLampung yaitu PBESI Lampung dan PBESI di 15 kabupaten kota di Lampung . Melalui organisasi PBESI Lampung tingkat provinsi dan daerah ini tujuan utamanya ialah memperkenalkan terlebih dahulu E-Sport dan divisi game yang dimainkan dengan spesifikasi khusus yaitu: Mobile Legend, PUBG, PES 2021, dan Free Fire, cara yang digunakan ialah sosialiasi dan event. Berbagai event seperti piala gubernur, piala bupati dan juga event lain menjadi cara khas PBESI menginfokan dan memperkenalkan E-Sport di Provinsi Lampung . PBESI Lampung yaitu melakukan kampanye tentang cabang olahraga E-Sports dan sebagai strategi penjaringan atlet, seharusnya PBESI Lampung sudah memiliki pelatihan nasional untuk E-Sports pasalnya pelatihan nasional akan dapat lebih mengasah ketrampilan dan kemampuan yang dimiliki oleh para atlet E-Sports di Lampung dan juga karena saat ini E- Sports akan menjadi cabang olahraga yang dipertandingkan di Olimpiade maka dari itu pelatihan nasional untuk E-Sports perlu dibuat untuk kemajuan Esports di Lampung .

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Perlu dilakukan sosialisasi secara merata dan maksimal, kepada seluruh masyarakat Provinsi Lampung khususnya para pelaku pemain *game online*. Bersinergi bersama pemerintah, membentuk kegiatan yang memiliki dampak positif sehingga organisasi PBESI Lampung yang datterbilang baru, diharapkan untuk dapat meratakan ranting cabang di kabupaten secara menyeluruh selain itu tidak terlalu menutup diri untuk melakukan kerjasama dengan pihak eksternal
2. Perlu memaksimalkan penggunaan saluran media sosial sebagai saluran informasi kepada masyarakat, memaksimalkan penggunaan fitur-fitur yang disediakan dan pembentukan pesan yang dapat mudah dimengerti sehingga seluruh pesan informasi dapat maksimal sampai kepada target khalayaknya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Antar, Venus. 2019. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Assauri, Sofjan. (2013), *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Arikunto. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Banowati Eva, 2013. *Geografi Sosial*, Yogyakarta: Ombak
- Bungin, Burhan. 2008. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. 2018. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. In *Director* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Chaffey, Dave, Richard Mayer, Kevin Johnston dan Fiona Ellis-Chadwick, 2015. *Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice*. Pearson Education Limited, London, England
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. 2007. *effective Public Relations*. Jakarta: Kencana. Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti
- Freeman, G., & Wohn, D. 2017. *eSports as An Emerging Research Contextat CHI: Diverse Perspectives on Definitions*. hlm 1602.
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 2012. *Qualitative Data Analysis (terjemahan)*. Jakarta: UI Press.

- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Jason, R., Je Seok, L., & Maria, A. 2019. *Esports Research: A Literature Review*. hlm. 2-3.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi (Revisi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Strauss, Judy & Raymond Frost. 2014. *E-Marketing, 5th Edition Prentice-Hall, Inc.* Upper Saddle, New Jersey.
- Sugiono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 4 Bandung: Alfabeta.
- Smith, D. Ronald. 2005. *Strategic Planning For Public Relations*. Second Edition. Lawrence Erlbaum Associates Publisher. London.
- Waldi, A., & Irwan. 2018. *Pembinaan Karakter Siswa Melalui Ekstrakurikuler Game Online E-Sports di SMA 1 PSKD Jakarta*.
- Yin, R. K. (2018). *Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Jurnal

- Novrialdy, E., Nirwana, H., & Ahmad, R. 2019. *High school students understanding of the risks of online game addiction*. Journal of Educational and Learning Studies, No 2. Vol 2. 113–119
- Rahardjo, Mudjia. 2017. *Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*. Kearsipan Pasca Sarjana. UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Rahman, J. O. & Nursalim, M. 2021. *Studi kepustakaan faktor-faktor penyebab kecanduan game online "mobile legends" pada siswa sekolah menengah atas*. Jurnal BK Unesa, No 12. Vol 1. 93-100.
- Ratnasari, Anne. 2008. *Internet Sebagai Media Penunjang Studi Mahasiswa*. Mimbar Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba. Vol. XXIV. No1.