



**STRATEGI HUMAS KAGENDRA ESPORTS DALAM
MENGINFORMASIKAN AKTIVITAS *REBRANDING*
KEPADA PENGGEMAR *ESPORTS* PADA TAHUN 2023**

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

**DIO AGUNG WIJANARKO
44216110089**

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**



**STRATEGI HUMAS KAGENDRA ESPORTS DALAM
MENGINFORMASIKAN AKTIVITAS *REBRANDING*
KEPADA PENGGEMAR *ESPORTS* PADA TAHUN 2023**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana Jakarta**

SKRIPSI
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
DIO AGUNG WIJANARKO

44216110089

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dio Agung Wijanarko
NIM : 4421611089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Humas Kagendra Esports Dalam Menginformasikan Aktivitas *Rebranding* Kepada Penggemar *Esports* Pada Tahun 2023

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2023



Dio Agung Wijanarko

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dio Agung Wijanarko
NIM : 4421611089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Humas Kagendra Esports Dalam Menginformasikan Aktivitas *Rebranding* Kepada Penggemar *Esports* Pada Tahun 2023

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing 1 : Dewi Sad Tanti, M.Ikom
NIDN : 0726067701
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah, M. Ikom
NIDN : 8870701019

()
()
()

MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2023

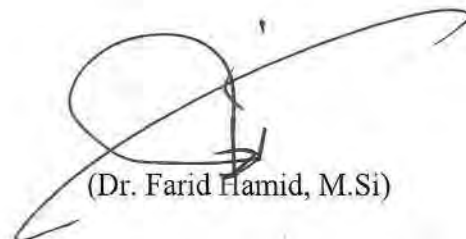
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah dan rahmat yang sudah diberikan, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul: **“Strategi Humas Kagendra Esports Dalam Menginformasikan Aktivitas *Rebranding* Kepada Penggemar *Esports* Pada Tahun 2023“**

Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Ikom, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa sabar dalam memberi arahan kepada saya, memberikan ilmunya untuk saya, serta tidak pernah lelah dalam membimbing saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid M.Si, selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Anindita, M.Ikom, selaku Sekprodi *Public Relations*.
5. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si , selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi.
7. Bagian Humas Kagendra Esports dan para Informan yang sudah memberikan data informasi untuk skripsi saya.
8. Kedua orang tua saya tercinta papah Herlan Riyanto dan mamah Sari Ratnasari beserta kedua saudara saudari saya Dicky Farhansyah dan Dini

Hasanah yang tiada henti dan lelahnya memberikan semangat dan motivasi, serta doa dan dukungan moral dan material kepada penulis untuk dapat memperoleh kelulusan dan dapat mencapai cita-cita yang diinginkan.

9. Istri tercinta saya, Diana Febi Nurmala yang selalu memotivasi, mendukung, memberikan semangat, sekaligus memarahi saya ketika malas mengerjakan skripsi.

10. Sahabat-sahabat saya Dedara, Maulidina, Syahnaz, Wulan, dan Albina yang selalu membantu dan memberikan support tiada henti dalam pengerjaan skripsi ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya juga peneliti sampaikan kepada pihak-pihak lainnya yang tidak mungkin dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala dukungan yang telah diberikan, akan mendapatkan balasan amal baik yang berlipat ganda oleh Tuhan YME, serta saran dan kritik akan peneliti terima dengan senang hati. Sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan umumnya bagi kita semua.

Jakarta, 2 September 2023



Dio Agung Wijanarko

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dio Agung Wijanarko
NIM : 4421611089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Humas Kagendra Esports Dalam Menginformasikan Aktivitas *Rebranding* Kepada Penggemar *Esports* Pada Tahun 2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2023
Yang Menyatakan,



Dio Agung Wijanarko

ABSTRAK

Nama : Dio Agung Wijanarko
NIM : 44216110089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Humas Kagendra Esports Dalam Menginformasikan Aktivitas Rebranding Kepada Penggemar Esports Pada Tahun 2023
Pebimbing : Dewi Sad Tanti, M.Ikom

Tingginya jumlah pengguna internet dan peminat *esports* di Indonesia memunculkan berbagai macam organisasi *esports* profesional di Indonesia. Salah satunya adalah Dunia Games *Esports*, namun mereka melakukan aktivitas *rebranding* ditengah maraknya organisasi lain berfokus untuk menstabilkan identitas mereka. Oleh karena itu sudah menjadi tugas dari seorang praktisi Humas untuk menginformasikan kepada publik terkait program yang dijalankan oleh organisasi atau perusahaan, begitupun dengan Humas Kagendra *Esports* yang memiliki kewajiban dalam menyampaikan informasi secara akurat, sehingga pesan dari aktivitas *rebranding* yang dilakukan dapat diterima oleh masyarakat penikmat *esports* di Indonesia. Dalam proses penyebaran informasi, agar akurat tentunya diperlukan sebuah strategi. Dengan adanya penggunaan sebuah strategi yang digunakan pada sebuah kegiatan tentunya akan dapat melihat sebuah keberhasilan dari suatu program dijalankan. Hal ini merupakan suatu bagian penting bagi seorang Humas untuk dapat mengimplementasikan sebuah strategi dalam menginformasikan kegiatan perusahaan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan Strategi Humas Dalam Menginformasikan *Rebranding Kagendra Esports* Kepada Penggemar *Esports* Pada Tahun 2023 yang telah dilakukan. Dengan menggunakan teori bauran *Public Relations* dari Firsan Nova yang terdiri dari 1) Publikasi, 2) *Event*, 3) Berita, 4) Hubungan Dengan Khalayak, 5) *Inform/Image*, 6) Melobi atau bernegosiasi, 7) *Social Responsibility*. Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam Humas Kagendra *Esports* dan juga dilakukan metode dokumentasi dengan mengumpulkan data-data dan dokumen lainnya yang tertulis atau dibuat langsung oleh subyek yang bersangkutan.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kagendra *Esports* melakukan *complete changes rebranding* dengan mengubah seluruh identitas perusahaan mulai dari nama, logo, seragam perusahaan, hingga *tagline*. Penyebab *rebranding Kagendra Esports* sendiri dikarenakan adanya perubahan strategi perusahaan (*internal factors*) yang dilakukan oleh induk perusahaan (Telkomsel). Dalam prosesnya, Humas Kagendra *Esports* menjalankan 6 dari 7 strategi bauran *Public Relations* dan menggunakan 2 *tools Cyber PR* untuk menginformasikan *rebranding* tersebut kepada masyarakat penggemar *esports*.

Kata Kunci: Esports, Strategi Public Relations, Cyber PR, Rebranding

ABSTRACT

Name : Dio Agung Wijanarko
NIM : 44216110089
Study Program : Communication Science
Title Internship Report : Kagendra Esports PR Strategy in Informing Rebranding Activities to Esports Fans in 2023
Counsellor : Dewi Sad Tanti, M.Ikom

The high number of internet users and esports enthusiasts in Indonesia has given rise to a variety of professional esports organizations in Indonesia. One of them is Dunia Games Esports, but they carry out rebranding activities amid the rise of other organizations focused on stabilizing their identity. Therefore, it is the duty of a PR practitioner to inform the public regarding programs run by organizations or companies, as well as Kagendra Esports Public Relations which has an obligation to convey information accurately, so that the message of the rebranding activities carried out can be accepted by the esports enthusiast community in Indonesia. In the process of disseminating information, to be accurate, of course, a strategy is needed. The use of a strategy used in an activity will certainly be able to see the success of a program being carried out. This is an important part for a PR person to be able to implement a strategy in informing company activities.

This study aims to describe the Public Relations Strategy in Informing Kagendra Esports Rebranding to Esports Fans in 2023 that has been carried out. By using the Public Relations mix theory from Firsan Nova which consists of 1) Publications, 2) Event, 3) News, 4) Relationships with Audiences, 5) Inform/Image, 6) Lobbying or negotiating, 7) Social Responsibility. The type of research used is qualitative. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques through in-depth interviews with Kagendra Esports Public Relations and also the documentation method by collecting data and other documents written or made directly by the subjects concerned.

The results of this study can be concluded that Kagendra Esports conducted complete changes rebranding by changing the entire corporate identity starting from the name, logo, company uniform, to tagline. The cause of Kagendra Esports rebranding itself is due to changes in corporate strategy (internal factors) carried out by the parent company (Telkomsel). In the process, Kagendra Esports Public Relations carried out 6 of the 7 Public Relations mix strategies and used 2 Cyber PR tools to inform the rebranding to the esports fan community.

Key Words: Esports, Public Relations Strategy, Cyber PR, Rebranding

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Komunikasi.....	22
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	22
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi	24
2.2.3 Fungsi Komunikasi	26
2.2.4 Tujuan Komunikasi.....	26
2.3 <i>Public Relations</i>	27
2.3.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	27
2.3.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	28
2.3.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	30
2.3.4 Strategi <i>Public Relations</i>	31
2.4 <i>Cyber Public Relation</i>	33
2.4.1 Bentuk <i>Cyber Public Relations</i>	34

2.5	<i>Rebranding</i>	36
2.5.1	Pengertian <i>Rebranding</i>	36
2.5.2	Faktor <i>Rebranding</i>	37
2.5.3	Tipe <i>Rebranding</i>	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Paradigma Penelitian	40
3.2	Metode Penelitian	41
3.3	Subjek Penelitian	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1	Data Primer	44
3.4.2	Data Sekunder	45
3.5	Teknik Analisis Data	45
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1	Sejarah Singkat Kagendra Esports	49
4.1.2	Visi dan Misi Kagendra Esports	50
4.1.3	Divisi Gim & Prestasi Kagendra Esports	51
4.1.4	Logo Kagendra Esports	56
4.1.5	Struktur Organisasi & Divisi Publikasi Kagendra Esports	57
4.2	Hasil Penelitian	61
4.2.1	Latar Belakang dan Perencanaan <i>Rebranding</i> Kagendra Esports	61
4.2.2	Publikasi Kagendra Esports Ketika Melakukan <i>Rebranding</i>	66
4.2.3	Event Yang Diselenggarakan Kagendra Esports Ketika Melakukan <i>Rebranding</i>	73
4.2.4	Penyebaran Berita Terkait <i>Rebranding</i> Kagendra Esports	76
4.2.5	Informasi Yang Diberikan Kepada Masyarakat Penggemar Esports ..	79
4.2.6	Pengelolaan Komunitas Kagendra Esports	81
4.2.7	Bentuk <i>Cyber PR</i> Kagendra Esports	83
4.2.8	Evaluasi dan Hambatan Dalam Mengkomunikasikan Aktivitas <i>Rebranding</i> Kagendra Esports	87
4.2.9	Respon Penggemar <i>Esports</i> Indonesia Terhadap Penyebaran Informasi <i>Rebranding</i> Kagendra Esports	89
4.3	Pembahasan	92
4.3.1	Faktor dan Tipe <i>Rebranding</i> Kagendra Esports	92
4.3.2	Strategi <i>Public Relations</i> Kagendra Esports	93
4.3.3	<i>Cyber Public Relations</i>	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan	98
5.1	Saran	100

5.2.1	Saran Akademis	100
5.2.2	Saran Praktis	100
DAFTAR PUSTAKA.....		102
LAMPIRAN		105



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4. 1 Detail Tim Publikasi & Kreatif Kagendra Esports.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survei Hiburan yang Paling Sering Dikunjungi di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Audiens Penikmat Esports.....	6
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Pendapatan Industri Esports	6
Gambar 1. 4 Persentase Pengguna Internet yang Bermain Game di Dunia	7
Gambar 1. 5 Popularitas Tim Esports Profesional di Asia Tenggara	9
Gambar 4. 1 Atlet Kagendra Esports Divisi AOV.....	51
Gambar 4. 2 Atlet Kagendra Esports Divisi CODM	52
Gambar 4. 3 Atlet Kagendra Esports Divisi Free Fire.....	53
Gambar 4. 4 Atlet Kagendra Esports Divisi PUBGM.....	54
Gambar 4. 5 Atlet Kagendra Esports Divisi Mobile Legends	55
Gambar 4. 6 Logo Kagendra Esports	56
Gambar 4. 7 Struktur Organisasi Kagendra Esports.....	57
Gambar 4. 8 Peta Lokasi Kagendra Esports	60
Gambar 4. 9 Perubahan Logo DG Esports Menjadi Kagendra Esports	63
Gambar 4. 10 Perubahan Jersey DG Esports Menjadi Kagendra Esports	63
Gambar 4. 11 Perubahan Manajemen Dari Dunia Games Menjadi NUON Digital Indonesia.....	63
Gambar 4. 12 Publikasi Rebranding Melalui Sosial Media Instagram dan Facebook @kagendra.id.....	71
Gambar 4. 13 Event Giveaway Secara Online di Sosial Media Instagram @kagendra.id.....	75
Gambar 4. 14 Pencarian Artikel Terkait Rebranding Kagendra Esports.....	78
Gambar 4. 15 Kontrol Komunitas Kagendra Esports Dengan Membalas Komentar di Sosial Media	81
Gambar 4. 16 Forum Komunitas Kagendra Esports di Aplikasi Discord	82
Gambar 4. 17 Website Kagendra.id Yang Masih Dalam Proses Pengerjaan	84
Gambar 4. 18 Artikel Pemberitaan Terkait Rebranding Kagendra Esports di Berbagai Media Massa Online.....	86
Gambar 4. 19 Data Report Mingguan Sebagai Acuan Evaluasi Kagendra Esports	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian.....	105
Lampiran 2. Pedoman Wawancara Narasumber 1	109
Lampiran 3. Pedoman Wawancara Narasumber 2	111
Lampiran 4. Pedoman Wawancara Narasumber 3 dan 4.....	113
Lampiran 5. Transkrip Hasil Wawancara Narasumber 1	114
Lampiran 6. Transkrip Hasil Wawancara Narasumber 2	124
Lampiran 7. Transkrip Hasil Wawancara Narasumber 3	130
Lampiran 8. Transkrip Hasil Wawancara Narasumber 4	132
Lampiran 9. Dokumentasi Wawancara	134
Lampiran 10. CV Peneliti.....	137

