

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