

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Dimulai dari 2005 Team NXL merupakan salah satu tim *esport* tertua di Indonesia dan juga tim yang memiliki prestasi dengan jumlah sangat signifikan baik kompetisi nasional maupun internasional. Dengan prestasi tersebut tidak sulit bagi Team NXL untuk menguasai industri *esport* di Indonesia. Tahun 2019 merupakan puncak industri esports berkembang di Indonesia, sangat disayangkan Team NXL tidak masuk ke dalam lima tim esports terbaik di Indonesia. Team NXL tidak masuk ke dalam lima tim terbaik disebabkan oleh munculnya kompetitor dengan jumlah yang sangat signifikan. Setelah melakukan identifikasi dengan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dan juga menggunakan *tool severity urgency matrix*, ditemukan bahwa brand association Index Team NXL berada di urutan paling terakhir di antara kompetitornya merupakan masalah prioritas. Konsep yang dipilih untuk mengatasi masalah prioritas tersebut yaitu *Social Influences on Consumer Buying Decision, Personal Branding, Brand Aura* dan Pengaruh Wadah Berbagi Pengetahuan Terhadap Komitmen dari Komunitas Merk. Analisis *Fishbone Diagram* menunjukkan bahwa akar penyebab masalah yang terjadi adalah jarak antara aura dari brand representative dengan aura yang diminati konsumen. Oleh karena itu, ditawarkan tiga alternatif solusi untuk menjawab masalah tersebut yaitu dengan membuat program Youtube, membuat konsep photoshoot, dan *streaming*. Dengan menggunakan *Weighted Objective Score*, *streaming* dipilih sebagai solusi terbaik untuk menjadi rencana implementasi jangka pendek. *Streaming* ini dilakukan oleh *brand representative* Team NXL yaitu Melissa dengan *game PUBGM*. *Streaming* ini dilakukan selama 75 hari mulai dari 10 Maret 2020 sampai dengan 24 Mei 2020 secara rutin satu *stream* untuk Melissa setiap minggunya. Setelah implementasi dilakukan, solusi ini dinilai berhasil karena menjawab akar penyebab masalah dan mencapai KPI yang telah ditentukan.



## EXECUTIVE SUMMARY

*Starting from 2005, Team NXL is one of the oldest esports teams in Indonesia and also a team that has a very significant number of achievements in both national and international competitions. With this achievement, it is not difficult for Team NXL to master the esport industry in Indonesia. 2019 is the peak year of the growing esports industry in Indonesia, it is a shame that Team NXL is not included in the top five esports teams in Indonesia. Team NXL was not included in the top five teams due to the emergence of a very significant number of competitors. After identifying with qualitative and quantitative research methods and also using the severity urgency matrix tool, it was found that the NXL brand association Index Team was in the last rank among its competitors as a priority issue. The concepts chosen to address these priority problems are Social Influences on Consumer Buying Decision, Personal Branding, Brand Aura and the Influence of Knowledge Sharing Platforms on the Commitment of Brand Communities. Fishbone Diagram analysis shows that the root cause of the problem is the distance between the aura of the brand representative and the aura that consumers are interested in. Therefore, three alternative solutions are offered to answer this problem, namely by creating a Youtube program, creating a photoshoot concept, and streaming. By using the Weighted Objective Score, streaming was chosen as the best solution for a short-term implementation plan. This streaming was carried out by the NXL Team brand representative, Melissa with the PUBGM game. This streaming is carried out for 75 days starting from March 10, 2020 to May 24, 2020, regularly one stream for Melissa every week. After implementation, this solution is considered successful because it addresses the root causes of the problem and achieves predetermined KPIs.*

