

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT. Nizertek Lintas Bumi didirikan pada tahun 2017 dengan tujuan untuk mengembangkan ekosistem esport di Indonesia. Pada mulanya, perusahaan hanya membuka *Supreme League Arena*. Namun saat ini sudah memiliki tim esport, yaitu Alter Ego. Selain itu, juga menjual merchandise di *AlterMerch* dan menyediakan hiburan melalui Alter TV. Pada bagian latar belakang, kami memilih topik tersebut dikarenakan saat ini *esports* telah menjadi salah satu sektor yang menarik perhatian di berbagai aspek. Kemudian, identifikasi masalah dilakukan dengan cara wawancara internal dan penyebaran survei untuk pihak eksternal. Dari hasil analisa, ditemukan empat masalah utama yang sedang dihadapi oleh perusahaan, yaitu perputaran konten yang kurang, *brand loyalty* menurun, *social media engagement* Alter Ego rendah di Asia Tenggara, dan *public relation* yang kurang baik. Dari keempat masalah ini, hasil identifikasi menunjukkan bahwa masalah prioritas dari perusahaan adalah *social media engagement* Alter Ego rendah di Asia Tenggara dengan akar penyebab adalah terlalu fokus pada satu market. Melalui permasalahan tersebut dihasilkan tiga solusi utama untuk meningkatkan *engagement* sebesar 8%. Solusi yang diajukan meliputi pembuatan global platform dan *online activation*, kolaborasi dengan KOL di Asia Tenggara, dan membuat website dengan menggunakan teori *community marketing*, *social media marketing*, *content marketing*, dan *interactive marketing* sebagai pendekatan konseptual. Dengan menggunakan metode *Weighted Objective Method*, alternatif solusi yang dianggap paling efektif untuk dijalankan sebagai *improvement* adalah dengan membuat *global platform* dan *online activation*. *Online activation* dilakukan pada empat negara di Asia Tenggara, yaitu Kamboja, Filipina, Myanmar, dan Malaysia melalui *global platform* Instagram. *Online activation* yang dilakukan berupa *giveaway jersey* dengan membuat beberapa *rules* bagi peserta yang ingin berpartisipasi. Tujuan *activation* ini adalah untuk meningkatkan *engagement* Alter Ego di keempat negara tersebut. *Activation* yang dilakukan berjalan dengan lancar dan berhasil mencapai target yang telah ditentukan sehingga dapat dinyatakan berhasil dengan memperoleh *engagement rate* diatas target pada setiap akun Instagram 4 negara Asia Tenggara tersebut. Tidak hanya itu, Alter Ego juga berhasil memperoleh *account reached*, *account engaged*, *followers*, dan *reached* sesuai dengan target yang telah ditetapkan dengan perusahaan. Oleh karena itu, penulis telah merancang berbagai saran dan tindak lanjut

kedepannya untuk difokuskan seperti membangun kerja sama dalam bentuk *partnerships* dan *sponsorships*, pengembangan konten yang lebih relevan dengan melakukan pengoptimalan dalam penggunaan media sosial, dan lain sebagainya.





EXECUTIVE SUMMARY

PT. Nizertek Lintas Bumi was founded in 2017 with the aim of developing the esports ecosystem in Indonesia. Initially, the company only opened the Supreme League Arena. However, it currently has an esports team, namely Alter Ego. In addition, it also sells merchandise at AlterMerch and provides entertainment through Alter TV. In the background section, we chose this topic because currently esports has become one of the sectors that attracts attention in various aspects. Then, problem identification was carried out by means of internal interviews and distributing surveys to external parties. From the results of the analysis, four main problems were found that were being faced by the company, namely poor content rotation, declining brand loyalty, low Alter Ego social media engagement in Southeast Asia, and poor public relations. Of these four problems, the identification results showed that the company's priority problem was low Alter Ego social media engagement in Southeast Asia with the root cause being too focused on one market. Through these problems, three main solutions were produced to increase engagement by 8%. The proposed solutions include creating a global platform and online activation, collaborating with KOLs in Southeast Asia, and creating a website using the theories of community marketing, social media marketing, content marketing, and interactive marketing as a conceptual approach. Using the Weighted Objective Method, the alternative solution that is considered the most effective to be implemented as an improvement is to create a global platform and online activation. Online activation was carried out in four countries in Southeast Asia, namely Cambodia, the Philippines, Myanmar, and Malaysia through the global Instagram platform. The online activation carried out was in the form of a jersey giveaway by creating several rules for participants who wanted to participate. The purpose of this activation was to increase Alter Ego's engagement in the four countries. The activation that was carried out went smoothly and succeeded in achieving the predetermined target so that it could be declared successful by obtaining an engagement rate above the target on each Instagram account in the 4 Southeast Asian countries. Not only that, Alter Ego also succeeded in obtaining account reached, account engaged, followers, and reached according to the targets that had been set with the company. Therefore, the author has designed various suggestions and follow-ups in the future to be focused on such as building cooperation in the

form of partnerships and sponsorships, developing more relevant content by optimizing the use of social media, and so on.

