

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri olahraga di Indonesia saat ini sudah maju dengan pesat. Kemajuan tersebut dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, regulasi, nilai ekonomi, dan strategi pengembangan industri olahraga. Perusahaan yang bergerak di bidang olahraga kini telah menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat dan meningkatkan pelayanan bagi para penggemar dan konsumennya, hal ini menunjukkan seberapa berkembangnya industri olahraga di Indonesia.

Sigit Nugroho (2019) menyebutkan bahwa penerimaan di dalam pasar olahraga global sejak tahun 2005 hingga 2017 terus tumbuh. Industri olahraga merupakan sebuah kegiatan bisnis yang bergerak di bidang olahraga dengan penjualan produk yang berbentuk barang atau jasa, baik penjualan kegiatan cabang olahraga profesional kejuaraan nasional dan internasional. Sesuai dengan Pasal 29, ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional (Indonesia), menjelaskan bahwa pembinaan dan pengembangan olahraga profesional dilaksanakan dan diarahkan untuk terciptanya prestasi olahraga, lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan, serta pembinaan dan pengembangan olahraga profesional dilakukan oleh induk organisasi cabang olahraga atau organisasi olahraga profesional.

Sepak bola adalah salah satu olahraga yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan *company profile* Bali United Football Club

(2020), sebanyak 77 persen dari masyarakat Indonesia menyukai sepak bola. Saat ini sudah ada banyak klub sepak bola yang mewakili daerahnya masing-masing, dan beberapa diantaranya sudah berkembang hingga memasuki kompetisi Liga atas yaitu Liga 1. Hal ini mengingatkan kita bahwa olahraga bukan hanya mengenai kesehatan atau kompetisi, tetapi juga mengenai industri dan ekonomi. Industri olahraga juga semakin meningkat karena membuka lapangan kerja baru yang menjamin.

Dalam *sport promotion* serta *sport marketing* merupakan pekerjaan yang menyangkut dengan logo, media *online* sampai media cetak. Pekerja di industri olahraga sangat diperlukan dalam mengelola hubungan antar perusahaan, berkomunikasi dengan pihak luar, dan memastikan lancarnya keberlanjutan perusahaan. *Public relations* dan *marketing communication* sangat berperan penting dalam mengelola perusahaan di industri olahraga. IPR (*Institute of Public Relations*) (2014) mengemukakan bahwa *public relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Seseorang yang memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dan mengerti cara mendekati publik merupakan seseorang yang memiliki kriteria *Public Relations* yang baik. Kelebihan yang dimiliki oleh seorang *Public relations* diharapkan dapat menjaga hubungan berinteraksi dan penyampaian informasi kepada organisasi atau masyarakat. Fungsi dari seorang *Public Relations* adalah

menangani penyebaran informasi dan masalah-masalah yang ada dengan berkomunikasi, seperti mengubah pandangan publik dari negatif menjadi positif.

Tugas *Public Relations* adalah menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan tindakan dan sikap publik akan suatu perihal atau masalah dengan tujuan mengajak publik untuk mengubah tindakan dan sikap sesuai yang diharapkan (Edward Bernays, 2011). *PR Campaign* adalah kegiatan kampanye yang berhubungan dengan masyarakat dengan meningkatkan kesadaran akan sesuatu, baik itu jasa atau produk dan menyebarkan informasinya kepada publik. Tujuan dari *PR campaign* adalah membuat perencanaan yang perlu dilakukan, memperbaiki efektivitas, meningkatkan nilai dari suatu hal, dan menyelesaikan konflik. Kegiatan dalam *PR campaign* mencakup tanggung jawab dalam mendapatkan informasi mengenai perihal yang butuh diriset, dan strategi untuk mengidentifikasi permasalahan serta solusi. Analisis dalam perencanaan sebuah *PR campaign* dapat menggunakan analisis SWOT, yaitu sebuah rumus yang menganalisa kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Menurut *American Association of Publicity and Public Relations Agencies* yang dikutip Diwati & Santoso (2015) IMC adalah sebuah konsep komunikasi dalam merencanakan kegiatan pemasaran untuk meningkatkan nilai dari suatu hal dengan cara mengevaluasi dan menyusun strategi untuk mengukur keakuratan rencana dan komunikasi secara maksimal. Salah satu keunggulan dari *integrated marketing communication* adalah meningkatkan pembelian dengan cara menggunakan semua alat atau media promosi secara strategis.

Seorang *public relations* dan IMC berperan penting dalam perusahaan yang bergerak di industri olahraga, tanggung jawab yang dipegang sudah pasti menyangkut dengan pengelolaan hubungan antara perusahaan dan mitra yaitu klien atau sponsor, *media partners*, dan hal-hal mengenai berita, data, promosi, dan komunikasi.

Media partners merupakan bentuk kerja sama yang terjalin antara sebuah organisasi dengan pihak penyelenggara media dalam rangka kegiatan yang menyangkut informasi dan iklan sesuai perjanjian yang disetujui oleh kedua belah pihak. Pihak media bertanggung jawab untuk mendapatkan informasi dan menaikkan informasi tersebut kepada publik. Tujuan dari kerja sama tersebut adalah meningkatkan kredibilitas informasi di mata publik.

Sponsor adalah bentuk aktivitas promosi produk oleh pihak perusahaan ke masyarakat luas. Kegiatan *sponsorship* bukan hanya sekedar kegiatan beriklan tetapi juga merupakan bentuk kerja sama yang disetujui dari dua pihak yaitu perusahaan dan produsen produk. *Sponsorship* juga bisa dikatakan sebagai dukungan finansial dari perusahaan ke sebuah organisasi atau acara.

Account executive merupakan sebuah jabatan yang bertugas dalam menangani klien dan berperan sebagai jembatan dalam kerja sama antara klien dengan perusahaan. Tugas utama dari seorang *account executive* adalah menjaga hubungan baik dengan klien dan juga mencari calon klien selanjutnya. Kemampuan yang dimiliki seorang *public relations* berhubungan dengan kemampuan yang dimiliki oleh seorang *account executive* yaitu pandai berkomunikasi dan bersosialisasi.

Bali United merupakan klub sepak bola profesional Indonesia yang berdiri di Bali dan memiliki kantor cabang di Jakarta Barat, Kedoya. Jumlah *media partners* dan sponsor yang bekerja sama dengan Bali United terhitung banyak dan hal tersebut merupakan tanggung jawab dari pekerjaan *account executive*, termasuk perencanaan dan persiapan *PR campaign* yang akan dipresentasikan kepada klien.

Cakupan dari perusahaan yang bergerak di industri olahraga memiliki tiga tipe produk yaitu *sport performance*, *sport production*, dan *sport promotion* atau *sport marketing*. Manajemen perusahaan Bali United mengelola perencanaan kegiatan, proses produksi dan aktivasi promosi dari ketiga produk tersebut. Tanggung jawab yang dimiliki oleh seorang *account executive* di Bali United adalah mengelola berjalannya pertandingan, menjaga keamanan pemain, mengelola konten produksi digital, dan *marketing* Bali United dalam menangani kerja sama yang terjalin dengan klien dan sponsor.

Keberhasilan kerja sama yang terjalin antara perusahaan dengan mitra dapat dilihat dari bagaimana pihak perusahaan menjaga hubungan baik. Bentuk kerja sama menyangkut kepercayaan dan dukungan finansial dari keuntungan yang didapat oleh kedua pihak. Komunikasi berperan penting dalam proses kinerja *account executive* karena kemampuan dalam berkomunikasi menentukan kelancaran dan kenyamanan kerja sama. Strategi dalam bisnis perusahaan membutuhkan strategi yang jelas, kemampuan *public relations* dan IMC dalam pekerjaan *account executive* merupakan gabungan yang tepat dalam menyusun perencanaan dan mengelola kegiatan perusahaan.

Maka berdasarkan latar belakang diatas, pemegang berniat untuk menulis laporan magang dengan judul “Peran Account Executive Dalam Mengelola Media Partners, PR Campaign, Dan Sponsorship Di Bali United Football Club”.

1.2 Tujuan Magang

Adapun beberapa tujuan yang ingin pemegang capai dalam pelaksanaan magang, yaitu:

- 1) Memahami peran dan pekerjaan *account executive* pada divisi *PR & Sponsorship* di Bali United Football Club.
- 2) Mempelajari pengelolaan manajemen *media partners, PR campaign, dan sponsorship* Bali United Football Club.
- 3) Mempraktekkan *PR campaign* dalam kegiatan kerja sama di Bali United Football Club.

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Dalam pelaksanaan magang, pemegang bertanggung jawab untuk bekerja sebagai *account executive* pada divisi *PR & Sponsorship* di Bali United Football Club. Perusahaan Bali United dikenal sebagai perusahaan yang mengelola klub sepak bola Bali United FC, berbasis di Gianyar, Bali dan Jakarta Barat. Pemegang diberikan tanggung jawab dalam mengelola hubungan perusahaan dengan mitra *media partners*, membuat *PR campaign* untuk para klien, dan memastikan keuntungan yang didapat pada setiap kerja sama yang terjalin dengan mitra sponsor. Pemegang ditugaskan untuk menyiapkan materi konten media sosial dan media

cetak, mengikuti *meeting* serta membuat laporan, mengikuti *brainstorming* dalam perencanaan *PR campaign* dan mempresentasikannya kepada klien, melakukan *media monitoring*, membuat *caption* dan mengunggah konten, membuat *press release* dan menyebarkan berita ke mitra *media partners*, membantu supervisor dalam pekerjaannya, dan memastikan keuntungan kedua belah pihak, baik pihak Bali United dan pihak sponsor sesuai periode yang disetujui pada perjanjian kontak.

1.4 Lokasi dan Waktu Magang

1.4.1 Lokasi Magang

Pemagang melaksanakan kegiatan magang di Bali United Office yang berada di Jl. Panjang No.29, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11510.



Gambar 1.1 Lokasi Magang
Sumber: Dokumentasi Pemagang



Gambar 1.2 Ruang Kerja
Sumber: Dokumentasi Pemegang

1.4.2 Waktu Magang

Pelaksanaan magang berlangsung selama 4 bulan dengan total 640 jam, terhitung sejak 1 Februari 2021 hingga 1 Juni 2021. Pemegang bekerja sesuai jam kerja dan prosedur yang diberikan oleh perusahaan, yaitu hari Senin hingga Jumat, mulai pukul 08.00 – 17.00 WIB. Kegiatan magang dilaksanakan secara *work from office*.