KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

A) Jasa Yang Ditawarkan

Adulescens Esports Academy menawarkan jasa pelatihan untuk calon peserta yang ingin menguasai *mobile games* seperti *Mobile Legends, Arena of Valor, dan League of Legends WR*. Adapun jenis pelatihan yang ditawarkan ada 2 tipe yaitu rookie dan semi pro. Perbedaan dari kedua jenis pelatihan tersebut yaitu, rookie untuk calon peserta yang memang ingin mengembangkan *skill* individu untuk ke tahap semi pro, sedangkan untuk semi pro adalah calon peserta yang mau mengetahui secara detail mengenai keseluruhan game dan ingin serius untuk mendalami game tersebut. Secara lengkap jasa yang ditawarkan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Jasa yang ditawarkan

Jenis Game	Rookie	Semi Pro
Mobile Legends	a)Makro tentang rotasi ingame b)Konsultasi mengenai mekanik.	a)Cara berotasi yang benar dan timing skill. b)Cara bermain yang benar dimasing-masing role (Midlaner, Sidelaner, Support). c)Cara memahami map dan mengetahui alur yang harus diambil selanjutnya d)Cara berkomunikasi dengan baik dan membangun chemistry dengan rekan setim.
Arena of Valor	a)Makro tentang rotasi ingame b)Konsultasi mengenai mekanik.	a)Cara berotasi yang benar dan timing skill. b)Cara bermain yang benar dimasing-masing role (Midlaner, Jungler, Sidelaner, Support) c)Cara memahami map dengan baik dan mengetahui alur yang harus diambil selanjutnya d)Cara berkomunikasi dengan baik dan membangun chemistry dengan rekan setim.
League of Legends WR	a)Makro tentang rotasi ingame b)Konsultasi mengenai mekanik.	a)Cara berotasi yang benar dan timing skill. b)Cara bermain yang benar dimasing-masing role (Midlaner, Jungler, Sidelaner, Support) c)Cara memahami map dan mengetahui alur yang harus diambil selanjutnya d)Cara berkomunikasi dengan baik dan membangun chemistry dengan rekan setim.

Sumber : *Adulescens Esports Academy*, 2021

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

B. Gambaran Pasar

1. Ramalan penjualan

Ramalan penjualan bermanfaat bagi ADS *Esports Academy* untuk mengetahui jumlah asumsi penjualan yang didapat untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh, sehingga dengan adanya asumsi ramalan tersebut bermanfaat bagi pemilik untuk dapat menyusun strategi yang berguna untuk meningkatkan penjualan. Berikut tabel mengenai peramalan penjualan ADS :

Tabel 4.2
Ramalan Penjualan ADS

	Mobile Legends		Arena of Valor		LOL WR	
	Rookie	Semi Pro	Rookie	Semi Pro	Rookie	Semi Pro
Mingguan	10	7	7	3	5	2
Bulanan	40	26	26	13	20	7

Sumber: *Adulescens Esports Academy*, 2021

Tabel 4.2 disusun berdasarkan asumsi pemilik ADS dan ramalan penjualan pesaing ADS. RRQ *Esports Academy* diasumsikan mendapatkan kurang lebih 60 peserta per minggu, sehingga pemilik ADS mengasumsikan mampu menjual 55% dari penjualan RRQ *Esports Academy* per harinya yaitu sebanyak 33 peserta dengan varian *mobile games* diurutkan dari *Mobile Legends* sebesar 30% (Rookie) 20% (Semi Pro), *Arena of Valor* sebesar 20% (Rookie) 10% (Semi Pro), *League of Legends WR* sebesar 15% (Rookie) 5% (Semi Pro).

Tabel 4.3 menggambarkan penjualan ADS setiap *game*nya diasumsikan mengalami kenaikan sebesar 1 peserta setiap bulannya, namun bulan Februari, Mei, September diasumsikan menurun 2 peserta karena adanya ujian tengah semester dan

ujian akhir semester, serta Desember stagnan karena menjelang libur panjang sehingga tidak akan ada kenaikan ataupun penurunan terhadap peserta.

Tabel 4.3
Ramalan Penjualan ADS Tahun 2022

Bulan	Mobile Legends		Arena of Valor		League of Legends WR		Total Per Bulan
	Rookie	Semi Pro	Rookie	Semi Pro	Rookie	Semi Pro	
Januari	40	26	26	13	20	7	132
Februari	38	24	24	11	18	5	120
Maret	39	25	25	12	19	6	126
April	40	26	26	13	20	7	132
Mei	38	24	24	11	18	5	120
Juni	39	25	25	12	19	6	126
Juli	40	26	26	13	20	7	132
Agustus	41	27	27	14	21	8	138
September	39	25	25	12	19	6	126
Oktober	40	26	26	13	20	7	132
November	41	27	27	14	21	8	138
Desember	41	27	27	14	21	8	138
TOTAL	471	313	313	154	234	75	1.560

Sumber : Tabel 4.2

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Anggaran Penjualan (Anggaran Penjualan Bulanan dan Anggaran Penjualan Tahun)

ADS menyusun anggaran penjualan berdasarkan asumsi berikut :

1) Untuk anggaran penjualan bulanan, total yang didapatkan berdasarkan penjualan ADS dengan 3 *mobile games* setiap bulannya yang didapatkan dari ramalan penjualan pada Tabel 4.3.

2) Untuk anggaran penjualan tahunan, jumlah didapatkan berdasarkan total peserta dari tiap *game* yang terjual dari bulan Januari-Desember.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.4
Anggaran Penjualan ADS Tahun 2022

Bulan	Mobile Legends Rookie			Mobile Legends Semi Pro			TOTAL PENJUALAN Mobile Legends	Arena of Valor Rookie			Arena of Valor Semi Pro			TOTAL PENJUALAN Arena of Valor	League of Legends WR Rookie			League of Legends WR Semi Pro			TOTAL PENJUALAN League of Legends	Total Penjualan
	JUMLAH	HARGA	PENERIMAAN	JUMLAH	HARGA	PENERIMAAN		JUMLAH	HARGA	PENERIMAAN	JUMLAH	HARGA	PENERIMAAN		JUMLAH	HARGA	PENERIMAAN	JUMLAH	HARGA	PENERIMAAN		
Januari	40	300.000	11.880.000	26	500.000	13.200.000	25.080.000	26	300.000	7.920.000	13	500.000	6.600.000	14.520.000	20	300.000	5.940.000	7	500.000	3.300.000	9.240.000	48.840.000
Februari	38	300.000	11.280.000	24	500.000	12.200.000	23.480.000	24	300.000	7.320.000	11	500.000	5.600.000	12.920.000	18	300.000	5.340.000	5	500.000	2.300.000	7.640.000	44.040.000
Maret	39	300.000	11.580.000	25	500.000	12.700.000	24.280.000	25	300.000	7.620.000	12	500.000	6.100.000	13.720.000	19	300.000	5.640.000	6	500.000	2.800.000	8.440.000	46.440.000
April	40	300.000	11.880.000	26	500.000	13.200.000	25.080.000	26	300.000	7.920.000	13	500.000	6.600.000	14.520.000	20	300.000	5.940.000	7	500.000	3.300.000	9.240.000	48.840.000
Mei	38	300.000	11.280.000	24	500.000	12.200.000	23.480.000	24	300.000	7.320.000	11	500.000	5.600.000	12.920.000	18	300.000	5.340.000	5	500.000	2.300.000	7.640.000	44.040.000
Juni	39	300.000	11.580.000	25	500.000	12.700.000	24.280.000	25	300.000	7.620.000	12	500.000	6.100.000	13.720.000	19	300.000	5.640.000	6	500.000	2.800.000	8.440.000	46.440.000
Juli	40	300.000	11.880.000	26	500.000	13.200.000	25.080.000	26	300.000	7.920.000	13	500.000	6.600.000	14.520.000	20	300.000	5.940.000	7	500.000	3.300.000	9.240.000	48.840.000
Agustus	41	300.000	12.180.000	27	500.000	13.700.000	25.880.000	27	300.000	8.220.000	14	500.000	7.100.000	15.320.000	21	300.000	6.240.000	8	500.000	3.800.000	10.040.000	51.240.000
September	39	300.000	11.580.000	25	500.000	12.700.000	24.280.000	25	300.000	7.620.000	12	500.000	6.100.000	13.720.000	19	300.000	5.640.000	6	500.000	2.800.000	8.440.000	46.440.000
Oktober	40	300.000	11.880.000	26	500.000	13.200.000	25.080.000	26	300.000	7.920.000	13	500.000	6.600.000	14.520.000	20	300.000	5.940.000	7	500.000	3.300.000	9.240.000	48.840.000
November	41	300.000	12.180.000	27	500.000	13.700.000	25.880.000	27	300.000	8.220.000	14	500.000	7.100.000	15.320.000	21	300.000	6.240.000	8	500.000	3.800.000	10.040.000	51.240.000
Desember	41	300.000	12.180.000	27	500.000	13.700.000	25.880.000	27	300.000	8.220.000	14	500.000	7.100.000	15.320.000	21	300.000	6.240.000	8	500.000	3.800.000	10.040.000	51.240.000
TOTAL	471		141.360.000	313		156.400.000	297.760.000	344		93.840.000	154		77.200.000	171.040.000	663		70.080.000	75		37.600.000	107.680.000	576.480.000

Sumber : Tabel 4.3

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis d
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

C. Target pasar yang dituju

Sebelum menentukan target pasar, ADS akan menentukan terlebih dahulu segmentasi pasar. Segmen Pasar terdiri dari kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat kebutuhan dan keinginan yang serupa. Berikut merupakan pembagian segmen pasar konsumen :

A) Segmentasi

Segmentasi geografis merupakan pembagian pasar berdasarkan letak geografi seperti negara, wilayah, kota dan desa yang berupa target daerah calon peserta dalam waktu dekat. Untuk awal *Adulescens Esports Academy* memfokuskan daerah Jakarta terlebih dahulu dikarena tempat beroperasi di Jakarta Barat yang membuat calon peserta yang mempunyai waktu luang bisa mampir ke tempat akademi.

B) Segmentasi Demografis

Segmentasi dimana pasar dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan. ADS *Esports Academy* diperuntukan untuk semua umur tetapi prioritasnya kisaran 16-20 tahun. Untuk jenis kelamin ADS membukanya untuk laki-laki, tetapi tidak menutup kemungkinan kedepannya perempuan bisa mengikuti akademi. Untuk pendidikan minimal sekolah menengah atas. Dan untuk pendapatan berdasarkan calon peserta yang mempunyai ekonomi menengah keatas.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis d

Berdasarkan segmentasi-segmentasi tersebut, ADS akan lebih memperluas konsumen dengan perlahan-perlahan memperbanyak konsep pelatihan sehingga akademi ini dapat lebih dijangkau oleh seluruh masyarakat dengan berbagai golongan demografis berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, dan pendidikan.

D) Strategi Pemasaran

A. Diferensiasi

ADS mendiferensiasikan akademinya dengan memfokuskan dan membimbing para peserta yang berpotensi dengan membuatkan mereka team untuk mengikuti berbagai kompetisi dari yang kecil sampai yang besar.

B. Positioning

ADS *Esports Academy* mempunyai akademi yang cukup besar untuk proses pembelajaran dan sharing anak-anak muda serta *coach* yang berkompeten agar dapat membuat anak-anak muda ini berkembang dan bisa membuktikan bahwa *game* dapat membuahkan hasil dengan *esports* yang sedang maju-majunya di Indonesia dan sudah didukung pemerintah. ADS memposisikan dirinya sebagai akademi *esports* yang bukan sekedar melatih tetapi mengarahkan mereka untuk bisa menghasilkan diindustri ini.

C. Penetapan Harga

Dasar penetapan harga berdasarkan pesaing (*Competitor Price Base*), Harga lebih rendah dari pesaing karena RRQ *Esports Academy* membuka akademinya hanya 2 hari untuk tiap minggu yaitu 6 jam sehari, sehingga RRQ hanya melatih

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis d

peserta total selama 12 jam dengan harga Rp. 200.000. Sedangkan ADS, melatih pesertanya 1 jam sehari untuk tiap hari dalam seminggu yaitu dengan total 28 jam selama sebulan dengan Rp. 300.000-500.000.

Tabel 4.5
Harga Kelas Tiap Divisi

Menu	Harga
Mobile Legends (Rookie)	Rp. 300.000
Mobile Legends (Semi-Pro)	Rp. 500.000
Arena Of Valor (Rookie)	Rp. 300.000
Arena Of Valor (Semi-Pro)	Rp. 500.000
League Of Legends (Rookie)	Rp. 300.000
League Of Legends (Semi-Pro)	Rp. 500.000

Sumber: *Adulescens Esports Academy*, 2021

D. Saluran Distribusi

ADS menggunakan saluran distribusi Channel 0 artinya ADS memasarkan langsung produknya sampai ke tangan konsumen. ADS melakukan komunikasi persuasif untuk proses pengembangan dan penyebaran terhadap produk yang ditawarkan.

E. People

Faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Tidak dapat kita pungkiri bahwa faktor ini berperan penting dalam membuat suatu kemajuan atau bahkan kemunduran dari suatu perusahaan. Dalam hal sumber

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis d

daya manusia, *coach* merupakan SDM paling penting karena mereka yang melatih dan mengembangkan potensi anak-anak sehingga dapat menjadi portofolio untuk akademi saat mempunyai anak-anak didik yang sukses karirnya dalam industri ini.

F. Process

Proses di sini mencakup bagaimana cara ADS *Esports Academy* melatih peserta akademi. *Coach* ADS akan membimbing mekanisme individual peserta, lalu memberikan makro *game* yang berhubungan dengan strategi, *move*, dsbnya untuk meningkatkan *game sense* mereka. Lalu, *coach* akan me*record* hasil latihan agar dapat memberikan penjelasan mengenai *mistake* dan *move* yang seharusnya agar peserta dapat berkembang dan tidak mengulangi kesalahan yang sama. Lalu, *coach* menentukan mana peserta yang berpotensi untuk kedepannya dan membuatkan *team* sesuai *role* masing-masing untuk mengikuti berbagai kompetisi.

G. Physical Evidence

Didalam akademi ADS terdapat ruangan untuk peserta berkumpul untuk menjalani proses pelatihan, terdapat komputer dan TV untuk memberikan materi pelatihan. Ada ruangan untuk peserta yang ingin menginap terutama peserta yang tidak mempunyai kewajiban berkegiatan. Dan ada ruangan makan untuk peserta yang memesan makanan dari luar atau membawa makanan dari rumah.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis d
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

E) Strategi Promosi

Dalam rangka meningkatkan *brand* ADS, ADS akan menggunakan media sosial, brosur, *business card*, dan *public relation* untuk proses promosinya. Berikut penjelasan mengenai strategi promosi yang akan dilakukan :

A. Media Sosial

ADS menggunakan media sosial seperti *Instagram* karena sekarang sudah banyak orang yang menggunakan aplikasi *instagram* dan banyak media / *influencer*, serta orang-orang yang hobi bermain *game* banyak yang menggunakan *instagram* sehingga ADS lebih mudah untuk menarik calon peserta, ADS juga menggunakan *Facebook* agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dengan membuat *page* untuk memperkenalkan ADS karena *facebook* banyak terdapat komunitas yang berhubungan dengan jenis *game* yang ada di ADS sehingga ADS dapat *sharing* mengenai jasa yang ditawarkan dan dapat lebih banyak menarik peserta juga.

B. Brosur

Untuk memperkenalkan ADS ke publik, pemilik memutuskan menggunakan brosur karena brosur dapat menghubungan calon konsumen ke ADS. Didalam brosur terdapat jenis *game* dan kelas yang ditawarkan untuk calon peserta, di brosur juga terdapat no. telp untuk dihubungi dan alamat yang dapat dikunjungi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis d

Gambar 4.1
Brosur ADS *Esports Academy*

Sumber: *Adulescens Esports Academy*, 2021

C. *Business Card*

Kartu usaha yang berisi tentang kontak, alamat, dan *e-mail* dari ADS yang dapat dibawa oleh calon peserta untuk memperlancar proses pemasaran yang dilakukan oleh ADS. ADS memerlukan *business card* untuk calon peserta yang sudah mendengarkan secara detail mengenai akademi sehingga lebih mudah untuk menghubungi ADS. *Business card* juga dapat dibagikan kepada organisasi atau *influencer esports* untuk melakukan kerja sama kedepannya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis d
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 4.2
Business Card Adulescens Esports Academy

Sumber: *Adulescens Esports Academy*, 2021

D. *Public Relation*

Bekerja sama dengan *esports influencer* atau organisasi *esports* agar banyak yang memahami tentang akademi *esports*. ADS membutuhkan *public relation* agar lebih mengembangkan *roadmap* kedepannya kepada calon peserta akademi agar dapat meyakinkan mereka bahwa akademi ini dapat membawa dampak positif kepada mereka dan dapat membantu mencapai tujuan dan mimpi mereka di industri *esports* itu sendiri.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis d
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.