

ABSTRAK

Perkembangan e-sport semakin pesat setiap tahunnya, mulai dari aktivitas bermain gim saat ini yang menjadi salah satu profesi pilihan dan juga masuk menjadi salah satu cabang olahraga yang diperhitungkan dalam kejuaraan olimpiade internasional. Di Indonesia, e-sport kini mulai terasa dengan semakin banyaknya tim *e-sport* di Indonesia saat ini. *E-sport* merupakan industri baru dan olahraga baru di Indonesia yang perlu di sosialisasikan kepada masyarakat luas yang masih belum mengetahui peran *e-sport* saat ini. IESPA sebagai organisasi resmi dari pemerintah dibentuk untuk mengatur *e-sport* di Indonesia dan melakukan sosialisasi untuk mengampanyekan *e-sport* di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Sementara teknik analisis data melalui tiga cara yaitu mereduksi data, penyajian data, dan yang terakhir melakukan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kehumasan yang diterapkan oleh IESPA dalam mensosialisasikan *e-sport* di Indonesia yaitu dengan *strategy of publicity* dan *strategy of persuasion*. Dengan menggunakan strategi tersebut masyarakat dapat mengetahui bahwa *e-sport* di Indonesia saat ini sudah semakin berkembang dan menjadi lapangan pekerjaan yang menjanjikan.

Kata kunci: kehumasan, strategi, *e-sport*, IESPA

ABSTRACT

The development of e-sports is increasingly rapid every year, starting from the activity of playing games which has now become one of the professions of choice and has also become one of the sports that is taken into account in international Olympic championships. In Indonesia, e-sports are now starting to be felt with the increasing number of e-sports teams in Indonesia today. E-sports is a new industry and a new sport in Indonesia that needs to be socialized to the wider public who still don't know the role of e-sports at this time. IESPA as an official government organization was formed to regulate e-sports in Indonesia and carry out outreach to campaign for e-sports in Indonesia. This type of research is descriptive qualitative using data collection methods through observation, in-depth interviews and documentation. Meanwhile, data analysis techniques use three methods, namely reducing data, presenting data, and finally drawing conclusions. The results of this research show that the public relations strategy implemented by IESPA in socializing e-sports in Indonesia is a strategy of publicity and a strategy of persuasion. By using this strategy, the public can find out that e-sports in Indonesia is now increasingly developing and has become a promising job opportunity.

Keyword: *public relations, strategy, e-sport, IESPA*