

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah perencanaan komunikasi pemasaran DBL Academy Jogja melalui Instagram pada *event* Holiday Camp di masa pandemi COVID-19. DBL Academy Jogja merupakan sekolah basket yang terletak di Jalan Magelang KM 5 No. 165, Kutu Asem, Sinduadi, Mlati, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada bab ini peneliti akan menjabarkan objek penelitian menjadi dua bagian utama yaitu DBL Academy Jogja dan Holiday Camp.

A. DBL Academy Jogja

1. Sejarah Berdirinya DBL Academy Jogja

DBL Academy Jogja resmi dibuka pada 2 September 2019 oleh DBL Indonesia sebagai cabang kedua setelah DBL Academy Pakuwon Mall Surabaya. DBL Academy merupakan sekolah basket untuk anak-anak yang berfokus pada fundamental basket, pengembangan karakter, hingga nutrisi anak. Berlokasi di Jalan Magelang KM 5 No. 165, Yogyakarta, DBL Academy Jogja dibangun di area seluas 2000 m² dengan dua lapangan *indoor* menggunakan standar lapangan tim NBA dan dapat menampung 650 siswa. Siswa di DBL Academy Jogja dibagi menjadi 6 kelas yaitu *pre-hoops* dengan rentang umur 3-4 tahun, *hoops kids* dengan rentang umur 5-6 tahun, *hoops* dengan rentang umur 7-9 tahun, *rookie* dengan rentang umur 10-12 tahun, *starter* dengan rentang umur 13-15 tahun, dan *elite* dengan rentang umur 16-

18 tahun. Selain itu, terdapat beragam fasilitas penunjang para siswa DBL Academy Jogja yaitu *locker room*, *shower room*, dan *drinking station*. Tidak hanya memiliki fasilitas lengkap, DBL Academy Jogja menjalankan aktivitas belajar mengajarnya atas dasar kurikulum yang telah disusun oleh para pelatih dari *World Basketball Academy* (WBA) Australia (Arsip Perusahaan).

2. Logo DBL Academy Jogja dan Artinya



Gambar 2.1 Logo DBL Academy

Gambar di atas merupakan logo DBL Academy yang terdiri dari beberapa elemen yaitu perisai dan bola basket dilengkapi dengan warna biru dan oranye. Filosofi dari logo tersebut yaitu perisai mengartikan DBL Academy selalu memberikan layanan dan perlindungan yang baik bagi seluruh siswanya. Dalam situasi apapun DBL Academy selalu berusaha memberikan yang layanan yang nyaman dan aman bagi siswanya. Dilengkapi juga dengan bola basket yang mengartikan sekolah basket yang memberikan edukasi melalui olahraga bola basket yang didukung juga dengan program *character building* dan *nutrition development*. Selain itu, tulisan 'DBL ACADEMY' yang menjelaskan secara gamblang mengenai nama perusahaannya. Warna

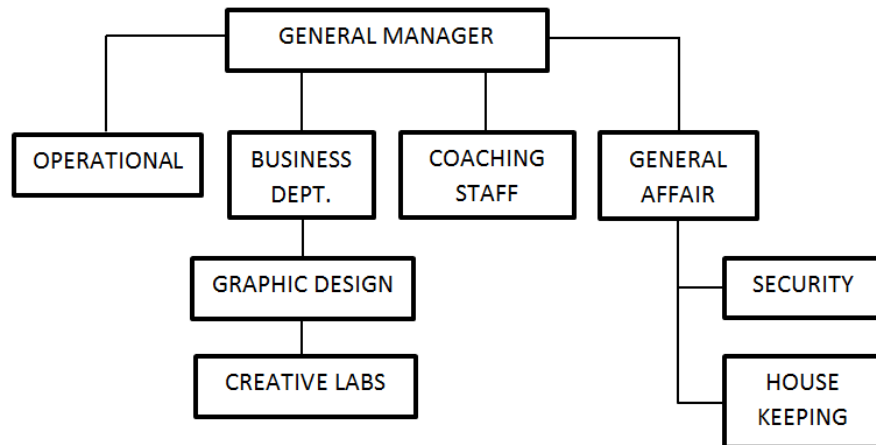
biru pada logo memberikan makna bertanggung jawab, cerdas, ketenangan, dan penuh imajinatif. Ditambah juga warna oranye yang mengartikan muda, emosi, optimisme, dan juga antusiasme (Arsip Perusahaan).

3. Visi dan Misi DBL Academy Jogja

Visi yang dimiliki DBL Academy adalah *“Developing Future Indonesian Leader Through Sports”* yang artinya ingin mengembangkan generasi muda yang akan menjadi pemimpin bangsa melalui olah raga. Melalui visi tersebut menjelaskan bahwa DBL Academy berkontribusi dalam membangun generasi pemimpin bangsa Indonesia masa depan yang sehat dan berkarakter melalui olah raga bola basket (Arsip Perusahaan).

Misi dari DBL Academy yaitu *“DBL Academy empower the development of students to live as Champions in their future with the core value of: Hard Work, Skillful, Discipline, Quickness, and Character.”* Sejalan dengan visinya, DBL Academy bermisi untuk membentuk siswa atau generasi muda dengan memiliki jiwa juara untuk mempersiapkan masa depan mereka dengan beberapa nilai yang menjadi pedoman yaitu kerja keras, terampil, disiplin, cekatan, dan juga karakter. Nilai tersebut akan menjadi pegangan utama siswa dalam mengembangkan jiwa juara dan mempersiapkan masa depan mereka (Arsip Perusahaan).

4. Struktur Organisasi DBL Academy Jogja



Gambar 2.2 Struktur Organisasi DBL Academy Jogja

Sumber : Arsip Perusahaan

Di atas merupakan struktur organisasi dari DBL Academy Jogja yang mendukung berjalannya aktivitas pekerjaan, arus komunikasi, dan koordinasi dalam perusahaan. Posisi tertinggi merupakan *General Manager* sebagai pimpinan atau kepala dari perusahaan DBL Academy Jogja yang bertugas untuk mengetahui dan mengambil keputusan pada seluruh kebijakan perusahaan. *General Manager* yang memimpin seluruh karyawannya untuk menentukan arah perusahaan berjalan. Di bawah *General Manager* langsung terdapat empat bagian yaitu *Operational*, *Business Department*, *Coaching Staff*, dan *General Affair*.

Operational bertugas sebagai pengelola sistem perusahaan mulai dari data siswa, data perusahaan, hingga layanan komunikator untuk seluruh konsumen perusahaan. Di sebelahnya terdapat *Business Department* yang bertanggung jawab pada seluruh program kerjasama dengan pihak eksternal, hingga pencarian siswa baru. *Business Department* membawahi langsung

Graphic Designer dan *Creative Labs*, dimana kedua posisi ini yang bertugas dan bekerjasama untuk mengelola media sosial perusahaan dengan membuat berbagai konten gambar dan video dari seluruh program DBL Academy Jogja untuk disebar kepada *stakeholder*.

Coaching Staff yang berada di bawah *General Manager* bertanggung jawab untuk mengatur seluruh program yang berkaitan dengan perkembangan siswa mulai dari *basketball skill*, *character building*, *nutrition class*, *multi sport event*, dan program lainnya. *Coach* juga bertanggung jawab mengontrol pertumbuhan siswa yang dikomunikasikan langsung dengan orang tua. Di posisi lain terdapat *General Affair* yang bertugas mendata seluruh *inventory* perusahaan dan juga membantu divisi lain untuk mendukung perlengkapan yang dibutuhkan. *General Affair* membawahi *Security* sebagai penjaga dan pengaman dari perusahaan untuk kenyamanan dan keamanan seluruh warga perusahaan serta *House Keeping* yang bertanggung jawab atas kebersihan dan kenyamanan dari lingkungan DBL Academy Jogja.

5. Media Komunikasi DBL Academy Jogja

DBL Academy Jogja melakukan komunikasi melalui dua cara yaitu secara lisan dan *virtual*. Komunikasi secara lisan dilakukan dengan tujuan menjelaskan lebih jauh mengenai semua program yang disuguhkan DBL Academy Jogja, sehingga pesan yang tersampaikan dapat lebih efektif dan berlangsung secara dua arah. Cara kedua adalah *virtual* yaitu menggunakan beberapa media seperti Whatsapp dan Instagram. Hal ini dipilih oleh perusahaan karena secara *virtual* efisien untuk menjangkau konsumen secara

lebih luas, melalui pesan yang disampaikan secara *virtual* ini bertujuan untuk menarik komunikasi lebih dalam secara lisan untuk mendapatkan detailnya. Instagram DBL Academy Jogja menjadi senjata utama untuk memberikan informasi yang menarik secara gambar dan tulisan. Dimana dapat dikemas dengan desain atau video yang dapat memberikan informasi terkini dari DBL Academy Jogja (Arsip Perusahaan).

B. Holiday Camp

1. Deskripsi Holiday Camp

Holiday Camp merupakan pemusatan latihan olahraga basket yang dikemas selama empat hari beruntun dengan berbagai variasi latihan. Pemusatan latihan yang berlangsung pada tanggal 19-22 Desember 2021 ini diberikan nama Holiday karena waktu yang bersamaan dengan libur semester dari anak-anak sekolah hingga diberikan nuansa liburan tetapi dengan olahraga basket. Selain itu kata Camp juga dimasukkan dengan arti tidak hanya berlatih selama beberapa jam namun mengharuskan anak-anak untuk berkumpul dan melakukan rangkaian latihan selama empat hari.

Holiday Camp ini diikuti oleh anak-anak berumur 9-17 tahun yang datang dari berbagai daerah di Indonesia. Mereka datang ke Jogja untuk berlatih dan melakukan aktivitas lainnya bersama dengan DBL Academy Jogja tanpa ditemani oleh orang tua mereka. Isi program dari Holiday Camp ini bervariasi, dimana sebagai tujuan utamanya untuk meningkatkan kemampuan individu siswa dalam basket namun juga didukung dengan berbagai program lainnya yaitu *aquatic training*, *physical development*,

character building, serta *multi sport event*. Seluruh program tersebut dilatih oleh pemain dan pelatih profesional di Indonesia. Adapun *guest star* pada *event* tersebut adalah *Coach* Tricky Trick yaitu *Coach* Dimaz, *Coach* Nanda, dan *Coach* Alfian, kemudian pemain profesional tim Bima Perkasa Jogja yaitu Indra Muhammad, Samuel Devin, dan Ali Mustofa, lalu pemain profesional tim Evos Thunder Bogor yaitu Daniel Wenas dan Cio Manuputty, serta *coach* Tim Nasional Indonesia yaitu *Coach* Andrie Ekayana.

Demi menunjang seluruh aktivitas, DBL Academy Jogja bekerja sama dengan berbagai pihak eksternal seperti penginapan, transportasi, konsumsi, dan lain-lain. Holiday Camp pada tahun 2021 ini juga memiliki tantangan karena dalam masa pandemi COVID-19 yang mengharuskan untuk meminimalisir aktivitas fisik justru DBL Academy tetap mengadakan Holiday Camp (Arsip Perusahaan).

2. Komunikasi Pemasaran Holiday Camp

Munculnya pandemi COVID-19 menjadi tantangan DBL Academy Jogja pada *event* Holiday Camp. Perusahaan perlu memikirkan mengenai konsep acara hingga komunikasi pemasaran yang harus dilakukan sedemikian rupa agar dapat berjalan dengan maksimal. Pembatasan aktivitas fisik oleh pemerintah terjadi karena dampak dari COVID-19 membuat DBL Academy tidak dapat melakukan komunikasi pemasaran secara langsung seperti *visit school*, *open booth*, ataupun aktivitas lapangan lainnya. Maka hal ini menjadi tantangan yang dihadapi pertama kali oleh DBL Academy Jogja karena hanya dapat melakukan komunikasi pemasaran melalui media sosial.

Komunikasi pemasaran yang berlangsung untuk Holiday Camp selama pandemi COVID-19 memaksa perusahaan untuk menyampaikan seluruh informasi secara *virtual*. Oleh karena itu, DBL Academy Jogja melakukan komunikasi secara *virtual* yaitu menggunakan media sosial Instagram. Penggunaan media sosial Instagram juga bertujuan untuk menghindari terjadinya penyebaran virus. Bermodal pesan secara *virtual* tentunya perlu memperhatikan konsep dan *detailing* konten agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh khalayak dengan baik dan pada akhirnya dapat memberikan *feedback*.

Tidak berhenti pada sebelum dilaksanakannya acara, perusahaan juga perlu untuk menciptakan komunikasi pemasaran yang berkelanjutan saat acara berlangsung hingga selesai. Seluruh rangkaian yang berlangsung perlu diabadikan momennya oleh perusahaan untuk bisa menarik perhatian khalayak terhadap *event* Holiday Camp, namun hal tersebut tidak mudah untuk dikelola karena tetap harus mengutamakan protokol kesehatan pada masa pandemi COVID-19.

Di sisi lain, walaupun komunikasi pemasaran *event* Holiday Camp pada masa pandemi COVID-19 ini memberikan tantangan terkait pembatasan aktivitas fisik, tetapi kondisi ini dapat memberikan poin positif bagi perusahaan yaitu dengan penggunaan media sosial Instagram justru dapat menjangkau konsumen dengan waktu yang singkat dan biaya yang lebih terjangkau. Hal tersebut dijelaskan oleh Sonny Baksono selaku *business department* yang mengontrol media sosial Instagram DBL Academy Jogja

dalam menanggapi tantangan diadakannya Holiday Camp di masa pandemi COVID-19 (Arsip Perusahaan).

