

Rifqi Bilal Rabbani, NIM. 180531100129.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura.

Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Komunitas Virtual (Studi Pada Server FiveM Paletobay Freeroam)

Dibawah bimbingan dari Imam Sofyan, S.sos., M.Si.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong terbentuknya komunitas virtual yang bersifat partisipatif dan berbasis minat bersama, salah satunya dalam ekosistem permainan daring (*online gaming*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran digital dalam membangun loyalitas komunitas virtual pada server *FiveM* Paletobay Freeroam Indonesia, sebuah server permainan daring yang berfokus pada budaya otomotif, khususnya kendaraan diesel.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Informan terdiri dari pengelola server, admin komunitas, serta pemain aktif yang terlibat dalam kegiatan sosial dan promosi server.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan meliputi pemanfaatan media sosial (TikTok, Instagram, YouTube), komunikasi partisipatif melalui Discord, serta pembentukan identitas kolektif berbasis simbol budaya digital (kendaraan diesel, gaya modifikasi lokal). Komunikasi dilakukan secara horizontal dan bersifat emosional, sehingga mendorong terbentuknya loyalitas komunitas yang kuat dan berkelanjutan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan strategi pemasaran server tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh keterlibatan emosional, rasa memiliki, serta konsistensi interaksi sosial antara pengelola dan pemain.

Kata Kunci : *Komunikasi Pemasaran Digital, Komunitas Virtual, Loyalitas, Media Sosial, FiveM*

Rifqi Bilal Rabbani, Student Number. 180531100129.

Communication Studies Program

Faculty of Social dan Cultural Sciences. University of Trunojoyo Madura

**Digital Marketing Communication Strategy Based Community Virtual
(Study On Fivem Paletobay Freeroam Server)**

Advisor : Imam Sofyan, S.sos., M.Si

ABSTRACT

The advancement of digital technology has facilitated the emergence of participatory virtual communities built around shared interests, particularly within the online gaming ecosystem. This research aims to analyze digital marketing communication strategies in building virtual community loyalty, using the FiveM Paletobay Freeroam Indonesia server—a game server focused on automotive culture, especially diesel vehicles—as the case study.

This study employs a descriptive qualitative approach, utilizing in-depth interviews, participatory observation, and documentation for data collection. The informants include server managers, community administrators, and active players involved in the server's promotional and social activities.

The findings reveal that the implemented communication strategies involve the use of social media (TikTok, Instagram, YouTube), participatory communication through Discord, and the construction of collective identity based on digital cultural symbols (diesel vehicles, local modification styles). The communication approach is horizontal and emotional, fostering a strong and sustainable sense of community loyalty.

The research concludes that the success of the server's marketing strategy is not solely determined by content quality but also by emotional engagement, sense of belonging, and consistent social interaction between administrators and players.

Keywords : Digital Marketing Communication, Virtual Community, Loyalty, Social Media, FiveM