

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat pada abad ke-21 telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu sektor yang mengalami dampak besar dari digitalisasi adalah industri hiburan dan permainan (*gaming industry*). Video game tidak lagi hanya menjadi sarana hiburan semata, melainkan telah berkembang menjadi rusang sosial dan ekonomi baru, seperti halnya pada saat pandemi tahun 2020 dikarenakan hampir seluruh dunia melakukan lockdown agar menghindari penyebaran virus Covid-19, dengan hal ini seluruh penduduk di dunia memiliki keterbatasan dalam melakukan aktivitas dan bersosial dengan hal ini media sosial dan video game berperan penting agar aktivitas dan sosialisasi tetap terjalin, contohnya seperti sosial media TikTok dan YouTube yang mengalami membludaknya para pengguna.

YouTube yang sebelumnya hanya dibuat untuk mengupload konten, pada saat pandemi banyak sekali pengguna melakukan live streaming tentang gaming, mulai dari video game ringan hingga video game berat maupun kompetitif, namun pada saat pandemi streaming yang paling viral dan paling sering ditonton merupakan game *FiveM Roleplay* munculnya server modifikasi seperti *FiveM* yang berbasis pada permainan *Grand Theft Auto V* (GTA V) telah menciptakan ekosistem permainan daring yang sangat aktif dan kreatif.

FiveM memungkinkan pemain untuk membuat dan mengelola server mereka sendiri dengan modifikasi konten yang tidak terbatas, termasuk dunia peran (*Roleplay*), *Freeroam*, dan Balap. Salah satu konten livestream yang sangat ramai diperbincangkan yaitu adalah *Roleplay* dengan hal ini seseorang dapat bermain peran sebagai peran atau karakter yang mereka buat, selain itu mereka dapat membuat cerita maupun drama sesuai dengan yang mereka sepakati dengan lawan perannya dan hal ini tidak ada batasan dalam membuat

cerita jadi hanya mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh server yang dimainkan, dengan hal ini drama yang diciptakan oleh live streamer seperti komedi, drama romansa, drama perang antar kelompok, dan sebagainya, hal tersebut banyak mengundang para penonton YouTube yang awalnya hanya menikmati cerita, dan drama pemeran, hingga menjadikannya idola.

Seiring berkembangnya server *FiveM* di Indonesia terdapat salah satu server dengan mengusung genre server *Freeroam*, server dengan bergenre *Freeroam* memungkinkan para player membuat cerita dengan lebih bebas dengan peraturan yang minim berbeda dengan *Roleplay* yang memiliki peraturan yang lebih banyak seperti ucapan, etika membuat cerita, dll berbeda dengan *Freeroam* yang memiliki peraturan yang lebih minim seperti memudahkan para pemain memiliki mobil yang lebih bervariasi, dan modifikasi yang lebih bervariasi, server *Freeroam* sering dijadikan untuk membuat komunitas otomotif seperti halnya server *Paletobay Freeroam* Indonesia, server ini tercipta pada tahun 2023 yang saat itu berkembang pesat karena komunitas otomotif, khususnya kendaraan diesel. Server ini menarik banyak pengguna karena menghadirkan pengalaman yang personal, sosial, dan interaktif.

Seiring berkembangnya komunitas *Paletobay Freeroam*, kebutuhan akan strategi komunikasi pemasaran menjadi sangat penting. Komunitas daring seperti ini bersaing dalam menarik dan mempertahankan anggota melalui pendekatan pemasaran digital yang khas. Mereka tidak hanya menjual pengalaman bermain, tetapi juga menjalin hubungan emosional dengan pemain melalui media sosial, konten kreatif, dan acara komunitas.

Komunikasi pemasaran dalam konteks server permainan daring menjadi studi yang relevan dan menarik, khususnya di era digital saat ini. Strategi komunikasi yang efektif menjadi kunci untuk membangun loyalitas komunitas dan memperluas jangkauan audiens. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi pemasaran diterapkan oleh pengelola

server *FiveM Paletobay Freeroam*, serta bagaimana efektivitasnya dalam membangun identitas merek dan menarik partisipasi aktif dari para pemain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh pengelola server *FiveM Paletobay Freeroam*?
2. Apa saja media komunikasi yang digunakan untuk menjangkau dan mempertahankan anggota komunitas?
3. Bagaimana efektivitas komunikasi pemasaran tersebut dalam membangun dan memperluas komunitas pemain?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh server *Paletobay Freeroam*
2. Menganalisis penggunaan media sosial dan konten digital sebagai alat komunikasi pemasaran.
3. Menilai sejauh mana komunikasi pemasaran berkontribusi terhadap pertumbuhan dan loyalitas komunitas pemain.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya kajian dalam bidang komunikasi pemasaran, khususnya dalam konteks komunitas virtual dan permainan daring atau *game online*. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi komunikasi digital dan perilaku konsumen generasi digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengelola server permainan daring (*game online*) dalam merancang strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi promosi komunitas digital.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola server *FiveM Paletobay Freeroam Indonesia*, termasuk dalam pemanfaatan media sosial, konten digital, dan interaksi komunitas. Penelitian tidak akan membahas aspek teknis permainan atau sisi legalitas modifikasi server, melainkan murni pada strategi komunikasi dan pemasaran komunitas.