

ABSTRAK

Penyelenggaraan event olahraga pelajar semakin marak dan bergantung pada media sosial sebagai sarana utama komunikasi dan promosi. Tren ini mendorong penyelenggara untuk mengembangkan strategi komunikasi digital yang mampu menjangkau dan membangun kedekatan dengan audiens muda. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi digital yang digunakan oleh Futsal Series melalui akun Instagram @futsalseries dalam membangun brand loyalty di kalangan pelajar. Dengan latar meningkatnya penyelenggaraan event olahraga pelajar yang mengandalkan media sosial, studi ini mengkaji tujuh indikator strategi komunikasi digital: transparansi informasi, interaksi aktif, konsistensi branding, testimoni, penggunaan influencer, perlindungan data, dan responsivitas. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Futsal Series mampu menghadirkan komunikasi yang relevan dengan karakter pelajar melalui penggunaan bahasa kasual, visual yang menarik, dan interaksi yang membangun keterlibatan. Strategi ini berperan dalam membentuk loyalitas audiens secara sikap, perilaku, dan kognitif. Namun, terdapat beberapa aspek yang masih dapat dikembangkan, seperti pemanfaatan fitur live atau Q&A, pengelolaan testimoni sebagai konten permanen, serta evaluasi berkala terhadap kampanye influencer. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi digital pada event olahraga pdan dapat menjadi acuan praktis bagi pengelola event dalam membangun hubungan jangka panjang dengan audiens muda.

Kata Kunci: Brand Loyalty, Event, Media Sosial Strategi Komunikasi Digital