

ABSTRAK

Saat ini talenta-talenta digital sedang banyak dibutuhkan khususnya di Indonesia. Katadata.id menyebutkan bahwa lowongan pekerjaan di bidang digital jumlahnya meningkat hingga 66%. Berdasarkan laporan Decoding Digital Talent Report 2022 yang dibuat oleh Jobstreet, disebutkan bahwa adanya peningkatan jumlah lowongan pekerjaan yang terdata sebanyak 14,5% pada kuartal IV 2021. Peluang ini perlu diikuti dengan kompetensi sesuai dari para tenaga kerja yang ingin berkarir di dunia digital. Salah satu lembaga pendidikan yang mengadakan pelatihan dan sertifikasi di Indonesia adalah JayJay School. Jay Jay merupakan startup edutech yang menyediakan kursus online dan program karier di bidang teknologi informasi. Banyak konsumen sasaran yang belum teraih dikarenakan tidak adanya strategi periklanan yang tepat dan media-media yang belum maksimal pemanfaatannya. Menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan observasi terhadap fenomena yang sedang terjadi dan juga perilaku konsumen. Wawancara dilakukan terhadap pihak JayJay school untuk mendapatkan data lengkap dari perusahaan dan usaha yang telah dilakukan. Selain itu dilakukan juga wawancara kepada target konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai perilakunya dan perspektif terhadap JayJay School. Studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan teori-teori sebagai dasar perancangan. Dalam rancangan ini dihasilkan sebuah strategi periklanan untuk meningkatkan brand awareness JayJay School. Menggunakan media utama sebuah acara workshop sosial media dan dibantu dengan media pendukung berupa media sosial.

Kata kunci: Kesadaran Merk, Peluang Kerja Bidang Digital , Perancangan, Strategi Periklanan.