

ABSTRAK

Di era yang berkembang saat ini, sistem informasi menjadi sarana yang mendukung berbagai aktivitas pada perusahaan. Hal tersebut mendorong perusahaan agar dapat mengikuti tren digital, salah satunya dengan pemanfaatan sosial media untuk aktivitas pemasarannya. Kandatel Banyuwangi saat ini memiliki berbagai program dalam mengembangkan bisnisnya, salah satunya yakni Sobat Indihome Banyuwangi. Dalam mendukung program Sobat Indihome, Kandatel Banyuwangi menggunakan beberapa media sosial yakni Instagram, Facebook, dan TikTok untuk melakukan aktivitas *Digital Marketing*nya. Namun pada penerapannya, Kandatel Banyuwangi belum memiliki strategi *Digital Marketing* sehingga hal tersebut mempengaruhi pengurangan daya minat masyarakat Banyuwangi terhadap produk maupun promo Indihome yang ditawarkan serta terjadinya penurunan kepercayaan sebagai wadah penanganan keluhan pelanggan Indihome. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil Postingan konten yang kurang konsisten, kurang menarik, jangkauan yang kurang meluas, serta pengguna atau *followers* yang kurang responsif. Pada permasalahan diatas, peneliti berinisiatif melakukan perancangan strategi *Digital Marketing* pada Sobat Indihome Banyuwangi menggunakan metode SOSTAC dan diperkuat dengan metode SMART untuk menekankan pada strategi *Digital Marketing* dan strategi *komunikasi marketing*. Dalam hal ini, metode penelitian kualitatif digunakan untuk memperoleh informasi dari pihak internal perusahaan yang berkaitan dengan Sobat Indihome Banyuwangi sehingga menghasilkan sebuah konsep strategi yakni terkait *content plan* dan *Moodboard Digital Marketing* Sobat Indihome Banyuwangi agar perusahaan dapat meningkatkan penjualan serta optimisasi penggunaan media sosial berdasarkan strategi yang telah ditentukan. Sehingga peneliti mengangkat judul **“Perancangan strategi pemasaran digital dengan menggunakan metode SOSTAC dan SMART terhadap Sobat Indihome Banyuwangi (Studi kasus PT. Telkom Indonesia, Tbk. Kandatel Banyuwangi)”**.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Metode SOSTAC, Metode SMART, Content Plan, Moodboard Digital Marketing*

ABSTRACT

*In today's developing era, information systems are a tool that supports various activities within the company. This encourages companies to be able to follow digital trends, one of which is by utilizing social media for their marketing activities. Kandatel Banyuwangi Currently has various programs in developing its business, one of which is Sobat Indihome Banyuwangi. In supporting the Indihome Friends program, Kandatel Banyuwangi uses several social media, namely Instagram, Facebook and TikTok to carry out its Digital Marketing activities. However, in its implementation, Kandatel Banyuwangi does not yet have a Digital Marketing strategy so that this affects the reduction of the Banyuwangi people's interest in Indihome products and promos offered and a decrease in trust as a forum for handling Indihome Customer complaints. This can be seen from the results of Postingan content that is less consistent, less interesting, less widespread in reach, and less responsive users or followers. On the problems above, the researchers took the initiative to design a Digital Marketing strategy for Indihome Banyuwangi Friends using the SOSTAC method and strengthened by the SMART method to emphasizes Digital Marketing strategy and marketing communication strategy. In this case, qualitative research methods are used to obtain information from internal parties related to Indihome Banyuwangi Friends so as to produce a strategic concept that is related to content plans and Digital Marketing scheduling, Indihome Banyuwangi Friends so that companies can increase sales and optimize social media use based on a strategy that has been determined. So the researchers raised the title "**Designing a Digital Marketing strategy using the SOSTAC and SMART methods for Indihome Banyuwangi Friends (Case study of PT. Telkom Indonesia, Tbk. Kandatel Banyuwangi)**".*

Keywords: *Digital Marketing, SOSTAC Method, SMART Method, Content Plan, Scheduling Digital Marketing.*