

ABSTRACT

This study aims to find out about digital marketing strategies and how Kompas.com builds top of mind on social media. This study uses the theory of innovation diffusion and the stages of marketing public relations strategy by Criss Fill regarding Pull, Push, and Profile strategies. The digital strategy carried out by Kompas.com takes into account user habits on each social media platform, which then influences the content to be uploaded, while maintaining journalistic values and validity as well as the source of any information or news. Researchers conducted this research using qualitative methods with a single case study approach interwoven from Kompas.com's digital marketing public relations strategy in building top of mind on social media. This research describes the stages of the design and implementation process of the digital marketing strategy carried out by Kompas.com on social media, especially on the Instagram and Tiktok platforms, where the strategy aims to increase brand awareness. From the data that the researchers obtained from interviews, observations, and documentation which were then reduced to the data that had been obtained to complete this research, Kompas.com designed and implemented its digital strategy by forming a work team that synergizes with each other and pays attention to the vision and mission that are the basis of the company, and paying attention to several things such as analyzing people's habits in using social media and paying attention to the sources of information obtained, on this basis, Kompas.com, which has been in business for a long time, continues to earn the trust of its audience.

Keywords: Digital Strategy, Marketing Public Relations, Media Social, Top of Mind

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi digital marketing dan cara Kompas.com membangun *top of mind* di media sosial. Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi dan tahapan-tahapan strategi marketing public relations oleh Criss Fill mengenai *Pull*, *Push*, dan *Profile strategi*. Strategi digital yang dilakukan oleh Kompas.com dengan memperhatikan kebiasaan pengguna di masing-masing platform media sosial yang kemudian hal itu berpengaruh terhadap konten-konten yang akan diunggah, yang tetap menjaga nilai-nilai jurnalistik dan validitas serta sumber dari setiap informasi atau berita. Peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal terjaln dari strategi digital marketing public relations Kompas.com dalam membangun *top of mind* di media sosial. Pada penelitian ini diuraikan tahapan dari proses perancangan dan implementasi dari strategi digital marketing yang dilakukan oleh Kompas.com di media sosial, khususnya pada platform Instagram dan Tiktok yang mana strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan brand awareness. Dari data-data yang sudah peneliti dapatkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang kemudian dilakukan reduksi atas data-data yang telah didapatkan tersebut untuk melengkapi penelitian ini, Kompas.com merancang dan menjalankan Strategi digitalnya dengan membentuk tim kerja yang saling bersinergi dan tetap memperhatikan visi dan misi yang menjadi pijakan perusahaan, serta tetap memperhatikan beberapa hal seperti menganalisis kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media sosial dan memperhatikan sumber informasi yang didapatkan, atas dasar tersebut membuat Kompas.com yang sudah lama menjalankan bisnisnya tetap mendapatkan kepercayaan dari para audience-nya.

Kata Kunci: Strategi Digital, Marketing Public Relations, Media Sosial, *Top of Mind*