

## **INTISARI**

CV. Prestasi Kita Bersama merupakan salah satu start-up yang turut berpartisipasi dalam perkembangan dunia digital. Salah satu produk yang dikeluarkan adalah Prestasi Kita. Prestasi Kita merupakan platform atau wadah bagi pemuda-pemudi Indonesia untuk meningkatkan dan memperluas wawasan pendidikan secara akademik maupun non akademik. Olimpiade Sains Nasional 2021 Batch 2 merupakan salah satu event yang diadakan oleh Prestasi Kita di bawah naungan CV. Prestasi Kita Bersama. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan penggunaan digital marketing dalam promosi event OSN 2021 Batch 2. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu: observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah menerapkan metode SOSTAC (situation analysis, objective, strategy, tactics, action dan control) ke dalam pemanfaatan digital marketing dalam promosi serta menggunakan komponen SWOT (strength, weakness, opportunity, threats) dengan memanfaatkan email marketing dan copywriting sebagai strategi pemasarannya. Sehingga tercapainya implementasi copywriting, design email dan penggunaan email marketing dengan kalender konten.

Kata kunci: Digital Marketing, Email, SOSTAC, Copywriting

## **ABSTRACT**

*CV. Prestasi Kita Bersama is one of the startups engaged in the development of the digital world. One of the granted products is Prestasi Kita. Prestasi Kita is a forum for young Indonesians to improve and broaden their educational and non-academic horizons. Olimpiade Sains Nasional 2021 Batch 2 is one of the events organized by Prestasi Kita under the auspices of CV. Prestasi Kita Bersama. This study aims to implement the use of digital marketing in promoting the OSN 2021 Batch 2 event. The data collection was done through several techniques, namely: observation, interview consultation, study of documents and documents. The result of this study is the application of SOSTAC (analysis situational, objective, strategic, tactics, action and control) method in the use of digital marketing in promotion and the use of the SWOT component (scores): strengths, weaknesses, opportunities, threats) using email marketing and copywriting as a marketing strategy. To achieve copywriting, design emails and use email marketing with a content calendar.*

*Keyword: Digital Marketing, Email, SOSTAC, Copywriting*