

INTISARI

Schoters by Ruang Guru merupakan salah satu produk unggulan Ruang Guru yang menyediakan beragam layanan bimbingan ke Luar Negeri. Saat ini Schoters by Ruang Guru ini menerapkan strategi Digital Marketing yang sudah bagus, yakni sudah memiliki web kerja yaitu Airtable. Permasalahan yang muncul pada ketidak tepat sasaran konten yang bukan dari branding Schoters by Ruang Guru. Karena hal tersebut membuat brand image dari Schoters by Ruang Guru menjadi kurang. Beberapa konten yang memang utama dalam target pasarnya malah tidak naik, cenderung biasa saja tidak seramai konten yang bukan dari brandingnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi sosial media marketing dari Schoters by Ruang Guru ini yang dapat membentuk brand image positif di kalangan generasi. Metode SOSTAC ini digunakan sebagai kerangka perencanaan yang melibatkan analysis situation, objective, strategy, tactics, action, control. Hal ini membantu mengidentifikasi tren dan preferensi yang lebih tepat sasaran. Penelitian ini akan melakukan analisis strategi social media marketing yang telah diterapkan oleh Schoters di Instagram untuk mempromosikan layanan mereka. Selanjutnya, penelitian akan mengevaluasi sejauh mana strategi ini berhasil dalam membentuk brand image positif. Hasil penelitian ini akan dapat meningkatkan strategi social media marketing mereka.

Kata kunci : Schoters by Ruang Guru, Digital Marketing, SOSTAC, Sosial Media, Instagram

ABSTRACT

Schoters by Ruang Guru is one of Ruang Guru's superior products which provides a variety of tutoring services abroad. Currently Schoters by Ruang Guru is implementing a good Digital Marketing strategy, namely that it already has a working website, namely Airtable. The problem that arises is the inappropriate targeting of content that is not from the Schoters by Ruang Guru branding. Because this makes the brand image of Schoters by Ruang Guru diminish. Some content that is primarily in the target market does not increase, it tends to be just ordinary and not as popular as content that is not branded. This research aims to understand how the social media marketing strategy from Schoters by Ruang Guru can form a positive brand image among generations. The SOSTAC method is used as a planning framework involving situation analysis, objectives, strategy, tactics, action, control. This helps identify more targeted trends and preferences. This research will analyze the social media marketing strategy that has been implemented by Schoters on Instagram to promote their services. Next, the research will evaluate the extent to which this strategy is successful in forming a positive brand image. The results of this research will be able to improve their social media marketing strategy.

Keywords: Schoters by Ruang Guru, Digital Marketing, SOSTAC, Sosial Media, Instagram.