

ABSTRAK

Hadirnya teknologi ini dimanfaatkan oleh para *startup* untuk meningkatkan penjualan produknya dan berbagai inovasi yang dilakukan. Salah satunya, adalah *startup* Hai Mentor yang memanfaatkan teknologi ini untuk pembuatan aplikasi belajar *online* yang dapat memudahkan para pelajar untuk mengakses dan belajar dari rumah. Hai Mentor sendiri memiliki tujuan yaitu, menjadikan solusi dalam akses pembelajaran bagi para pelajar dan semua kalangan masyarakat, dan menjadikan *platform* mengajar *online* dua arah, membantu mengembangkan *personal branding* bagi para siswa maupun mahasiswa yang ingin belajar. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi *digital marketing* dan mengaplikasikan metode SOSTAC pada aplikasi Hai Mentor, dan media sosial instagram Hai Mentor.

Penelitian ini bersifat kualitatif studi deskriptif yang memaparkan situasi dan kondisi yang sebenarnya biasanya bersifat naratif (banyak kata-kata) dan alamiah (natural). Data dikumpulkan melalui metode observasi pada media sosial instagram produk serupa, wawancara, dan studi pustaka terhadap hasil dokumentasi.

Metode SOSTAC terdiri dari enam tahapan yaitu *situation analysis*, *objective*, *strategy*, *tactics*, *action* dan *control*. Rancangan yang diusulkan pada Hai Mentor adalah strategi media sosial instagram, dan menganalisis *key performance indicator* (KPI). Perancangan strategi *digital marketing* pada Hai Mentor diharapkan mampu meningkatkan penggunaan aplikasi, meningkatkan interaksi pelanggan, meningkatkan kesadaran akan merek, dan menghemat promosi pada Hai Mentor.

Kata kunci: Strategi Marketing, Metode SOSTAC, Instagram