

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang strategi pesan dan media digital pada kampanye "*Protect The Ocean*" yang dikelola oleh SkytreeDGTL, sebuah perusahaan konsultan pemasaran sosial. Latar belakang penelitian muncul dari pemahaman akan pentingnya pengelolaan pesan dan media digital dalam melakukan strategi pemasaran sosial. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana strategi pesan dan media digital dalam kampanye "*Protect The Ocean*" yang dilakukan oleh SkytreeDGTL. *Digital marketing consultant* dijadikan subjek dalam penelitian, hal ini diharapkan membawa elemen kebaruan dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana NGO dapat mengembangkan strategi pesan dan media pada pemasaran sosial untuk mencapai tujuan komunikasi yang lebih efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif untuk menganalisis strategi pesan dan media pada kampanye "*Protect The Ocean*". Penelitian ini menghasilkan data bahwa SkytreeDGTL menerapkan tiga strategi pesan utama, termasuk perancangan pesan efektif, strategi *story-telling*, dan evaluasi dalam perancangan pesan. Selain itu, SkytreeDGTL menerapkan empat strategi media diantaranya pemilihan media, pengelolaan media, strategi *Omni-channel*, dan evaluasi performa media. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi untuk memahami bagaimana SkytreeDGTL mengelola kampanye "*Protect The Ocean*", tetapi juga menyediakan pandangan berharga bagi organisasi lainnya dalam mengembangkan strategi pesan dan media digital yang efektif dalam konteks pemasaran sosial.

Kata Kunci : Pemasaran Sosial, Strategi Pemasaran Sosial, Strategi pesan, Strategi Media, *Nongovernmental Organization*