

ABSTRAK

Sebagai salah satu perusahaan *digital marketing* terbaik di Kota Bandung, MGD menggunakan beberapa konsep analisis dalam menjalankan kegiatan strategi *digital marketing* kliennya. Strategi yang digunakan oleh MGD tentunya sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dari masing-masing merek sehingga memenuhi tujuan dan ekspektasi kliennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh perusahaan MGD *Digital Marketing Consultant* dalam mengelola merek, peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini dilakukan atas dasar studi *digital marketing* yang sebagian besar hanya dilakukan pada sudut pandang sebuah merek, sehingga peneliti akan memberikan gambaran dalam sudut pandang berbeda, yaitu sebuah perusahaan *digital marketing consultant*. Penelitian ini juga memberikan pemahaman mengenai strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh perusahaan *digital marketing consultant* dalam mengelola merek, sehingga dapat memberikan manfaat dalam lingkup komunikasi dan pemasaran *digital*. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan manfaat dalam pengembangan konsep *digital marketing* dan menambah referensi penelitian mengenai *digital marketing*. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa dalam mengelola merek, MGD menggunakan konsep strategi *digital marketing* SOSTAC, penggunaan saluran *media digital*, serta evaluasi dan peningkatan kinerja berdasarkan buku strategi *digital marketing* Chaffey (2016).

Kata Kunci: *Strategi Digital Marketing, Digital Marketing Consultant, Merek, SOSTAC, Saluran Media Digital*