

LAPORAN SKRIPSI

**PENGEMBANGAN STRATEGI DIGITALISASI
PADA USAHA SIRINE KU JOSS**



ARIEL GRACE MAGDALENA ANTONETTA

21.D1.0063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

LAPORAN SKRIPSI

PENGEMBANGAN STRATEGI DIGITALISASI PADA USAHA SIRINE KU JOSS

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar S.M.**



**ARIEL GRACE MAGDALENA ANTONETTA
21.D1.0063**

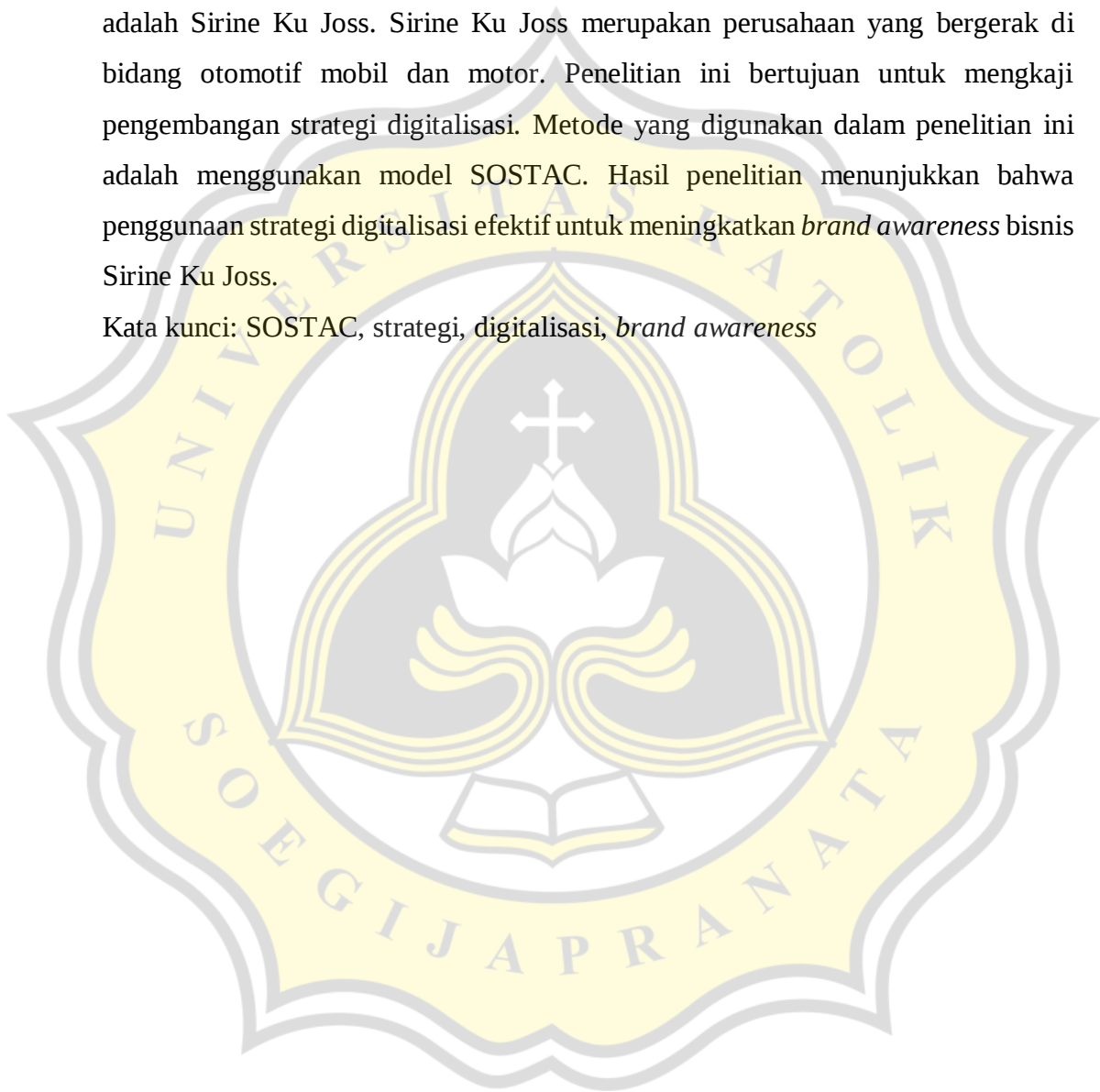
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2025

ABSTRAK

Saat ini pemasaran digital bermanfaat untuk meningkatkan *brand awareness* suatu bisnis. Bisnis otomotif kini semakin berkembang berkat bisnis digital yang memanfaatkan media sosial. Nama bisnis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sirine Ku Joss. Sirine Ku Joss merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif mobil dan motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengembangan strategi digitalisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model SOSTAC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategi digitalisasi efektif untuk meningkatkan *brand awareness* bisnis Sirine Ku Joss.

Kata kunci: SOSTAC, strategi, digitalisasi, *brand awareness*



ABSTRACT

Nowadays digital marketing is beneficial to increase the brand awareness of a business. The automotive business is now growing due to digital marketing using social media. The business name that is used in this research is Sirine Ku Joss. Sirine Ku Joss is a company that specializes in car and motorcycle automotive. The research aims to examine the development of digitalization. The method used in this research is using SOSTAC model. The results of the research indicate that the use of digitalization strategies is effective in increasing Sirine Ku Joss's brand awareness.

Keywords: SOSTAC, strategy, digitalization, brand awareness

