

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian deksripriif kualitatif yang dilaksanakan di Kantor *digital agency C* yang terletak di Jakarta selatan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi *Advertising SEO (digital marketing)* dalam meningkatkan jumlah pengunjung situs *web e-commerce ABCD*. Jenis data yang digunakan adalah primer melalui wawancara kepada Manager *SEO digital agency C* sehingga didapat data Deskriptif yang dituangkan dalam kata kata, kemudian dibandingkan dengan teori *Advertising* melalui pendekatan 5M yakni *Mission* (tujuan), *Money* (menetapkan anggaran iklan), *Message* (pesan), (*Media*) Memilih Media iklan, *measurement(evaluasi)*. dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan seperti apa strategi advertising yang sudah diterapkan pada e-commerce abcd oleh kantor *digita agency C*, secara keseluruhan strategi advertising yang diterapkan sudah baik karena dengan diterapkan nya strategi tersebut kenaikan audience mencapai 47.64% untuk *user* dan 47.22% untuk *new user*.

Kata kunci : Mission (tujuan), Money (menetapkan anggaran iklan), Message (pesan), Media (Memilih media iklan) , measurement (evaluasi)

ABSTRACT

This research is qualitative deksriprif research conducted in the offices of digital agency C located in South Jakarta. the purpose of this research is to know the implementation strategy Advertising on SEO (digital marketing) in oredrer to increasing number of visitors to the e-commerce ABCD web site. The type of data used is primer, through interviews to the SEO Manager digital agency C in ordert to get Descriptive data, compared with the theory of Advertising through 5 m approach i.e. the Mission (purpose), Money (set the advertising budget), Message (message), Choose advertising media, measurement (evaluation).From these data we could drawn some conclusion like what the strategy of advertising that already applied to e-commerce abcd by digital agency C,overall the advertising strategy that already applied on e-commerce abcd is already works well because the e-commerce abcd have increased audience for 47.64 user and 47.22 new user.

Key words: Mission (aim), Money (set the advertising budget), Message (message), media (Choose advertising media), measurement (evaluation)