

ABSTRACT

The Final Report aims to identify types of social media content marketing managed by admission of new student team (PMB Team) and PR Division of Vocational College UGM related to The New student admission program in Vocational College UGM and explain the content marketing strategy of PR's office of Vocational College UGM, especially in the new student admission program activity during the pandemic. The method used in this final project is qualitative descriptive. Data collection techniques in this final project are interviews, observations and documentation. Data analysis method used in this final project are data reduction, display data, and conclusion drawing or verification.

The writer concludes several findings from this final project. First, type of social media content marketing that used by PMB Team and PR Division that are YouTube, Tik Tok and Instagram. Second, the eight steps by Kotler that PR and PMB team of Vocational College UGM used to create content marketing namely: determine objective, target mapping, content ideation, content creation is the easier step, content distribution, content amplification is the hardest step, content marketing evaluation, and content improvement. The results showed that the strategy of content marketing on the social media PMB account of Vocational College UGM has increased in the number of content liked and shared on all social media such as YouTube and Tik Tok and Instagram.

Keywords: Admission of new student team (PMB team), SV's Public Relation, Content Marketing

ABSTRAK

Laporan Akhir ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis-jenis pemasaran konten media sosial yang dikelola oleh Tim PMB dan Divisi Humas SV UGM terkait dengan program penerimaan mahasiswa baru di SV UGM dan menjelaskan strategi pemasaran konten Humas SV UGM khususnya di kegiatan program penerimaan mahasiswa baru di masa pandemi. Metode yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam tugas akhir ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Penulis menyimpulkan beberapa temuan dari tugas akhir ini. Pertama, jenis pemasaran konten media sosial yang digunakan oleh Tim PMB dan Divisi Humas yaitu Youtube, Tik Tok, dan Instagram. Kedua, delapan langkah Kotler yang digunakan tim PR dan PMB SV UGM untuk membuat content marketing yaitu: menentukan tujuan, pemetaan target, ide konten, pembuatan konten dalam hal ini merupakan step termudah, distribusi konten, amplifikasi konten merupakan step yang sulit, evaluasi pemasaran konten, dan peningkatan konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi content marketing pada akun media sosial PMB SV UGM mengalami peningkatan dalam jumlah konten yang disukai dan ditayangkan di semua media sosial seperti YouTube dan Tik Tok dan Instagram.

Kata kunci: PMB, Humas SV, Pemasaran konten media