

Laporan akhir ini bertujuan untuk membahas proses pembuatan konten untuk akun Twitter Sarjana Terapan Bahasa Inggris SV UGM. Selain itu, laporan akhir ini juga mendeskripsikan implementasi langkah pemasaran konten oleh Program Studi Bahasa Inggris SV UGM dalam mempromosikan program studi Sarjana Terapan Bahasa Inggris SV UGM. Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan melakukan observasi langsung melalui program magang dari 30 Maret hingga 17 Mei 2020 di Program Studi Bahasa Inggris SV UGM, melakukan wawancara dengan Kepala Prodi Bahasa Inggris, dan membaca buku dan artikel dari internet sebagai studi pustaka. Data yang telah didapatkan disajikan secara detail dalam deskripsi menggunakan Bahasa Inggris dengan dukungan gambar, foto, dan grafik. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, Program Studi Bahasa Inggris telah menerapkan teori Langkah-langkah Pemasaran Konten dari Kotler, Hermawan dan Iwan yang terdiri dari *Set Goals and Conduct a Target Market Mapping* (Menetapkan Tujuan dan Pemetaan Target Pasar), *Planning and Content Creation* (Perencanaan dan Penciptaan Konten), *Distribution and Reinforcement of Content* (Distribusi dan Penguatan Konten), dan *Content Marketing Evaluation and Content Marketing Improvement* (Evaluasi Pemasaran Konten dan Perbaikan Pemasaran Konten). Hal-hal tersebut merupakan prosedur yang diterapkan oleh Program Studi Bahasa Inggris dalam mempromosikan Program Studi Sarjana Terapan Bahasa Inggris SV UGM. Program Studi Bahasa Inggris SV UGM telah menerapkan teori tersebut dengan baik yang ditunjukkan dengan jumlah aspek-aspek analitik Twitter yang tinggi dan juga pertumbuhan jumlah pengikut akun Twitter.

**Kata Kunci: Implementasi, Pemasaran Konten, Promosi, Twitter, Program Studi Bahasa Inggris SV UGM**

## **ABSTRACT**

This final paper aims to discuss the content creation process for the Twitter account of Bachelor of Applied English Study Program SV UGM. This final paper also describes the implementation of content marketing by English Study Program SV UGM in promoting the Bachelor of Applied English Study Program SV UGM. The methods of collecting data used by the writer are observing directly through an internship program from March 30 to May 17, 2020 at English Study Program SV UGM, conducting interview with the Head of English Study Program, and reading books and articles from the internet as a literature study. The data that has been collected is presented descriptively in English with the support of pictures, photos and graphics. Based on the results of the writer's observations, the English Study Program has implemented the theory of Content Marketing Steps from Kotler, Hermawan and Iwan which consists of Set Goals and Conduct a Target Market Mapping, Planning and Content Creation, Distribution and Reinforcement of Content, and Content Marketing Evaluation and Content Marketing Improvement. Those are the procedures applied by the English Study Program in promoting the Bachelor of Applied English Study Program SV UGM. The English Study Program SV UGM has implemented this theory well, as shown by the high number of Twitter analytics aspects and also the growth in the number of followers of its Twitter account.

**Keywords: Implementation, Content Marketing, Promotion, Twitter, English Study Program SV UGM**