



ABSTRAK

Laporan Proyek Akhir ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk konten yang diunggah di media sosial Instagram DBSMB dan menganalisis implementasi strategi *content marketing* dalam tahapan-tahapan pembuatan konten pada akun Instagram DBSMB. Metode penelitian yang digunakan dalam Proyek Akhir ini adalah deskriptif kualitatif. Pengambilan data pada Proyek Akhir ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam Proyek Akhir ini adalah model analisis data Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Penulis menyimpulkan beberapa temuan pada Laporan Proyek Akhir ini. Pertama, konten di media sosial Instagram DBSMB terdiri dari tiga bentuk, yaitu gambar (konten yang dibuat dalam bentuk poster), teks (konten yang dibuat dalam bentuk tulisan di poster dan caption), dan video (konten yang dibuat dalam bentuk audio-visual). Ketiga bentuk konten ini kemudian diunggah di Instagram Feed, Instagram Stories, dan Instagram Live. Kedua, tahapan-tahapan dalam pembuatan konten DBSMB Instagram account terdiri dari delapan tahapan. Pada tahap *determine objectives*, konten yang dibuat oleh DBSMB bertujuan untuk branding dan memperkenalkan DBSMB kepada public. Pada tahap *target mapping*, target audiens pada konten di Instagram DBSMB adalah mahasiswa aktif DBSMB, siswa kelas 12 SMA/SMK/MA, para guru SMA/SMK/MA, *stakeholders*, dan mitra DBSMB. Pada tahap *content ideation*, tema yang diangkat untuk dijadikan konten adalah Kabar DBSMB, Mahasiswa Inspiratif, Dosen Inspiratif, SV yang Harus Kamu Tau, UGM yang Harus Kamu Tau, dan Cerita Alumni. Pada tahap *content creation*, pembuatan konten dilakukan dengan menentukan narasumber, melakukan wawancara dengan narasumber, dan membuat hasil konten akhir. Pada tahap *content distribution*, konten didistribusikan di Instagram DBSMB sesuai jadwal. Pada tahap *content amplification*, narasumber untuk konten selanjutnya dipastikan agar sudah benar-benar tepat sesuai dengan tema konten. Pada tahap *content marketing evaluation*, evaluasi konten dilakukan dengan menggunakan Instagram Insight dan dibahas saat rapat di hari Jumat. Pada tahap *content marketing improvement*, perkembangan pada konten dibuat agar konten yang dihasilkan semakin baik, serta memperbaiki konten jika terjadi suatu *error*.

Kata Kunci: *Content Marketing*, Instagram DBSMB, Media Sosial



ABSTRACT

This Final Project Report aims to identify the forms of content on DBSMB Instagram account and analyze the implementation of content marketing strategy in the steps of creating content on DBSMB Instagram account. The method used in this Final Project is qualitative descriptive. Data collection techniques in this Final Project are interviews, observation, and documentation. Data analysis used in this Final Project are data reduction, display data, and conclusion drawing/verification.

The writer concludes several findings from this Final Project. First, there are three forms of content on DBSMB Instagram account, which consist of image (content created in the form of posters), text (content created in the form of text on posters and captions), and video (content created in the form of audio-visual). These forms of content are then uploaded to Instagram Feed, Instagram Stories, and Instagram Live. Second, there are eight steps in creating a content of DBSMB Instagram account, namely; In the determine objectives step, the content created by DBSMB aims to brand and introduce DBSMB to the public. In the target mapping step, the target audience for the content on DBSMB Instagram is active DBSMB students, grade 12th of high school students, high school teachers, stakeholders, and DBSMB partners. In the content ideation step, the themes of content are *Kabar DBSMB*, *Mahasiswa Inspiratif*, *Dosen Inspiratif*, *SV yang Harus Kamu Tau*, *UGM yang Harus Kamu Tau*, and *Cerita Alumni*. In the content creation step, DBSMB must determine the source person, conduct an interview with the source person, and process the final result in order to create a final result. In content distribution step, content is distributed on DBSMB Instagram account according to the schedule of each theme. In content amplification step, the informant for the next content is ensured to be in accordance with the content theme. In content marketing evaluation, content evaluation is done using Instagram Insight and discussed during the online meeting on Fridays. In content marketing improvement step, the developments on the content are made so that the content produced will get better. Besides, the content creator of DBSMB Instagram account needs to fix the content when there is an error made.

Keywords: Content Marketing, DBSMB Instagram account, Social Media