

AKTIVITAS PEMBUATAN KONTEN

DI SHERATON RESORT KUTA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

SELVI NATALIA

00000055047

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
STRATEGIC COMMUNICATION
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

AKTIVITAS PEMBUATAN KONTEN

DI SHERATON RESORT KUTA



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Strategic Communication

Selvi Natalia

0000055047

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
STRATEGIC COMMUNICATION
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Selvi Natalia

Nomor Induk Mahasiswa : **000000055047**

Program studi : Strategic Communication

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS PEMBUATAN KONTEN DI SHERATON RESORT KUTA merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan Magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk laporan Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Juni 2024



(Selvi Natalia)

UMNI
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS PEMBUATAN KONTEN DI SHERATON RESORT KUTA

Oleh

Nama : Selvi Natalia
NIM : 0000000055047
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 25 Juni 2024
Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.
NIDN 0324098002

Penguji



Tarrence Karmelia Kontessa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0302077104

Pembimbing



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.
NIDN 0324098002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugerah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Selvi Natalia
NIM : 00000055047
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

AKTIVITAS PEMBUATAN KONTEN DI SHERATON RESORT KUTA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Selvi Natalia)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya penulisan laporan magang dengan judul: Aktivitas Pembuatan Konten di Sheraton Resort Kuta dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Strategic Communication Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Dengan ini, saya sadar bahwa tanpa bantuan dan arahan dari berbagai pihak, baik saat masa perkuliahan hingga saat menyusun laporan magang, saya akan kesulitan menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- i. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- ii. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- iii. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- iv. Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc, sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
- v. Angga Kusbandrio, selaku Social Media Manager yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama program kerja magang. Serta anggota Marketing Communication lainnya, kak Ingrid, kak Aldo, kak Eunike, dan pak Gus Dark yang telah memberikan ilmu dan wawasan baru selama program kerja magang.
- vi. PT Marriott International, sebagai perusahaan yang memberikan kesempatan kepada saya untuk terjun pertama kali di dunia kerja yang profesional, serta mengembangkan *hard skills* serta *soft skills* yang dimilikinya.
- vii. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini

viii. Seluruh dosen dari semester 1 sampai 5 yang tidak bisa disebutkan satu per satu, telah mengajar dan memberikan ilmunya.

Walaupun laporan ini telah dikerjakan secara maksimal, pemegang sadar bahwa pasti adanya ketidaksempurnaan dalam penyusunan laporan ini. Maka dari itu, pemegang sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran yang membangun agar bisa menjadi lebih baik kedepannya. Harapannya, laporan ini dapat menjadi pembelajaran dan bermanfaat bagi setiap yang membaca.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Selvi Natalia)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS PEMBUATAN KONTEN

DI SHERATON RESORT KUTA

Selvi Natalia

ABSTRAK

Pentingnya pembuatan konten dalam era digital telah menjadi fokus utama bagi banyak perusahaan dengan kemampuannya untuk menyampaikan pesan, mempengaruhi persepsi, dan membina koneksi dengan audiens. Konten yang berkualitas dapat meningkatkan eksposur merek, memberikan informasi, dan menginspirasi tindakan dari audiensnya. Dengan demikian, pembuatan konten menjadi kunci untuk mencapai tujuan komunikasi dan pemasaran. Agar dapat menjadi pesaing yang kuat dengan hotel-hotel yang lebih baru, Sheraton Resort Kuta perlu hadir di media digital dengan memusatkan perhatian pada pembuatan konten yang sesuai. Dengan demikian, mereka dapat bersaing dengan cara menarik perhatian target pasar melalui konten yang relevan dan menarik. Konten yang menarik diharapkan dapat memikat minat calon tamu, mendorong pemesanan langsung, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sheraton Resort Kuta merupakan salah satu hotel di bawah naungan grup Marriott International yang terletak di provinsi Bali. Pemegang tertarik bergabung menjadi bagian dari tim Marketing Communication Sheraton Resort Kuta karena reputasi globalnya yang baik dalam industri perhotelan dan komitmennya terhadap inovasi. Salah satu kesulitan yang dihadapi pemegang adalah kurangnya kejelasan pada kolateral konten dan akses terhadap aplikasi produksi. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang meningkatkan komunikasi antar tim, memperjelas tujuan dan pesan konten, serta menggunakan aplikasi alternatif yang memadai. Dengan pendekatan komunikatif yang efektif, Sheraton Resort Kuta memiliki peluang untuk meningkatkan kehadiran digital dan keterlibatan pelanggannya, menyajikan pengalaman yang berkesan di dunia maya maupun dunia nyata.

Kata kunci: *Content Creation, Copywriting, Digital Marketing, Social Media Marketing, Sheraton Resort Kuta*

CONTENT CREATION ACTIVITIES

AT SHERATON RESORT KUTA

Selvi Natalia

ABSTRACT

The importance of content creation in the digital era has become a primary focus for many companies. Due to its ability to convey messages, influence perceptions, and build connections with audiences. High quality content can enhance brand exposure, provide information, and inspire action from its audience. Thus, content creation is key to achieving communication and marketing goals. To compete effectively among newer hotels, Sheraton Resort Kuta must focus on creating relevant content for digital media. Engaging content attracts target markets and is expected to capture the interest of potential guests, drive bookings, and increase satisfaction. Sheraton Resort Kuta, part of the Marriott International group in Bali, attracts interns due to its good global reputation and commitment to innovation. However, interns face challenges such as lack of clarity in content collateral and limited access to production applications. To address these challenges, interns improve team communication, clarify content goals and messages, and utilize alternative applications. With an effective communicative approach, Sheraton Resort Kuta has the opportunity to enhance its digital presence and customer engagement, providing a memorable experience in both digital and real world.

Keywords: Content Creation, Copywriting, Digital Marketing, Social Media Marketing, Sheraton Resort Kuta

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

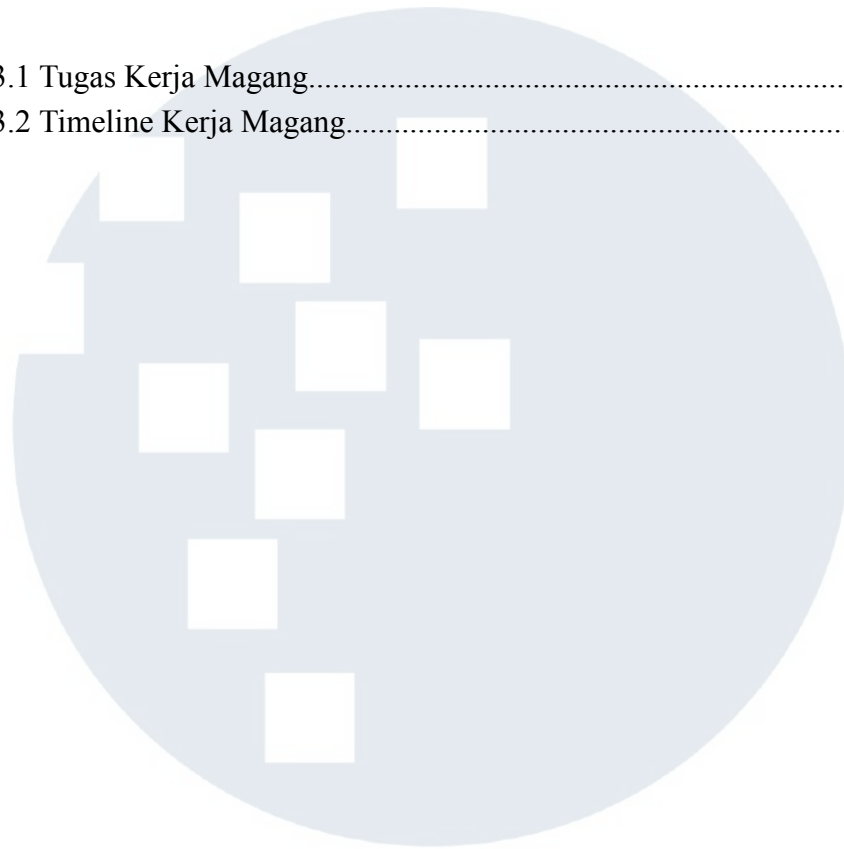
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	3	
HALAMAN PERSETUJUAN	4	
HALAMAN PENGESAHAN	5	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	6	
KATA PENGANTAR	7	
ABSTRAK	9	
ABSTRACT	10	
DAFTAR ISI	11	
DAFTAR TABEL	13	
DAFTAR GAMBAR	14	
DAFTAR LAMPIRAN	1	
BAB I		
PENDAHULUAN	1	
1.1 Latar Belakang.....	1	
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	6	
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6	
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	6	
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7	
BAB II		
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9	
2.1 Profil Perusahaan.....	9	
2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	9	
2.1.2 Logo Perusahaan.....	11	
2.1.3 Tagline Perusahaan.....	12	
2.1.4 Produk Perusahaan.....	12	
2.1.5 Visi Misi.....	13	
2.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan.....	14	
2.1.6.1 Director of Marketing Communication.....	15	
2.1.6.2 Graphic Designer.....	15	
2.1.6.3 Social Media Manager.....	16	
2.1.6.4 Assist. Digital Marketing Manager.....	16	
BAB III		17
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17	
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	17	
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	18	

3.2.1 Tugas yang Dilakukan.....	18
Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang.....	20
Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang.....	21
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	21
3.2.2.1 Content Creation.....	22
3.2.2.2 Copywriting.....	28
3.2.2.3 Social Media Marketing.....	29
3.2.2.4 Digital Marketing.....	33
3.2.2.5 Tugas Tambahan.....	35
3.2.3 Kendala yang Ditemukan.....	38
3.2.3.1 Kolateral Konten Yang Kurang Jelas.....	38
3.2.3.2 Perubahan Mendadak.....	38
3.2.3.3 Sarana Kerja yang Kurang Memadai.....	38
3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	39
3.2.4.1 Komunikasi Antar Anggota Tim.....	39
3.2.4.2 Perencanaan Terperinci.....	39
3.2.4.3 Menggunakan Device dan Software Alternatif.....	39
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	41
4.1 Simpulan.....	41
4.2 Saran.....	42
4.2.1 Perusahaan.....	42
4.2.2 Universitas.....	43
4.2.3 Mahasiswa yang Akan Magang.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	49
A. Surat Pengantar Magang (KM-01).....	49
B. Surat Penerimaan Magang (LoA).....	50
C. Kartu Magang Internship Track 1 Card (KM-02).....	51
D. Daily Task Internship Track 1 (KM-03).....	52
E. Lembar Verifikasi Laporan Magang.....	63
F. Formulir Konsultasi Magang.....	64
G. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	65
H. Curriculum Vitae.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang.....	20
Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang.....	21



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Berusia 16-64 tahun.....	3
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial Seluruh Dunia.....	4
Gambar 2.1 Sheraton Resort Kuta.....	9
Gambar 2.2 Marriott International Brand Category.....	10
Gambar 2.3 Logo Sheraton Resort Kuta.....	11
Gambar 2.4 Room Type Ocean View dan Garden Terrace.....	12
Gambar 2.5 Bene Italian Kitchen dan Restoran Daily Social.....	13
Gambar 2.6 Struktur Organisasi Sheraton Resort Kuta.....	14
Gambar 3.1 <i>Moodboard Content Creation</i>	23
Gambar 3.2 <i>Behind The Scene Content Production</i>	23
Gambar 3.3 Poster Promosi F&B Hotel dan Aktivitas Hotel.....	25
Gambar 3.4 Banner dan Neon Box <i>Entrance Gate</i> Hotel.....	26
Gambar 3.5 Draft <i>Caption</i> Konten Instagram @dailysocialbali dan @benebali...27	
Gambar 3.6 Hasil <i>Copywriting</i> Poster Promosi F&B.....	28
Gambar 3.7 Konten Kalender Daily Social Bali dan Bene Bali.....	29
Gambar 3.8 F&B <i>Competitor Meeting Deck</i>	30
Gambar 3.9 Konten <i>Feeds</i> dan <i>Reels</i> di Instagram @dailysocialbali.....	31
Gambar 3.10 <i>Daily-Based Story</i> Daily Social Bali.....	32
Gambar 3.11 <i>Review</i> Sheraton Resort Kuta di <i>Platform</i> Agoda.....	33
Gambar 3.12 <i>Review</i> Sheraton Resort Kuta di <i>Platform</i> Expedia.....	33
Gambar 3.13 <i>Review</i> Sheraton Resort Kuta di <i>Platform</i> Booking.com.....	34
Gambar 3.14 <i>Review</i> Sheraton Resort Kuta di <i>Platform</i> Tripadvisor.....	34
Gambar 3.15 <i>Barter Agreement Form</i>	35
Gambar 3.16 <i>Influencer Agreement Form</i>	35
Gambar 3.17 <i>Back End Menu Website</i> Daily Social Bali.....	36
Gambar 3.18 Database Komunitas <i>Facebook</i>	36

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar Magang (KM-01).....	49
Lampiran B. Surat Penerimaan Magang (LoA).....	50
Lampiran C. Kartu Magang Internship Track 1 Card (KM-02).....	51
Lampiran D. Daily Task Internship Track 1 (KM-03).....	52
Lampiran E. Lembar Verifikasi Laporan Magang.....	63
Lampiran F. Formulir Konsultasi Magang.....	64
Lampiran G. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	65
Lampiran H. <i>Curriculum Vitae</i>	66

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA