

**PERAN INTERN DALAM PEMBUATAN
KONTEN MEDIA SOSIAL OYO UNTUK PASAR GLOBAL**



LAPORAN MAGANG

IMAM ARKAAN PUTRA ANDRETA

00000070325

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PERAN INTERN DALAM PEMBUATAN
KONTEN MEDIA SOSIAL OYO UNTUK PASAR GLOBAL**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

IMAM ARKAAN PUTRA ANDRETA

00000070325

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Imam Arkaan Putra Andreta

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070325

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN INTERN DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL OYO UNTUK PASAR GLOBAL

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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Jakarta, 11 Desember 2025



Imam Arkaan Putra Andreta

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN INTERN DALAM PEMBUATAN
KONTEN MEDIA SOSIAL OYO UNTUK PASAR GLOBAL**

Oleh

Nama : Imam Arkaan Putra Andreta
NIM : 00000070325
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 14 Januari 2026
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Calvin Eko Saputro, S.E., M.M.
NIDN 0303056102

Silvanus Alvin, S. I. Kom., M.A.
NIDN 0309109001

Pembimbing

Calvin Eko Saputro, S.E., M.M.
NIDN 0303056102

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Imam Arkaan Putra Andreta
Nomor Induk Mahasiswa : 00000070325
Program Studi : Komunikasi Strategis (*Strategic Communication*)
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Magang
Judul Karya Ilmiah : Peran *Intern* dalam Pembuatan Konten Media Sosial OYO untuk Pasar Global

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 22 Desember 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


(Imam Arkaan Putra Andreta)

* Pilih salah satu opsi tanpa harus menghapus opsi yang tidak dipilih

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN INTERN DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL OYO UNTUK PASAR GLOBAL” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Calvin Eko Saputro, S.E., M.M. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan emosional.
6. Putu Devi Anjani Putri selaku supervisor lapangan sekaligus mentor yang terus memberikan dukungan dan keyakinan kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh Tim OYO Indonesia yang telah mendukung dan berperan dalam kelancaran proses magang saya.

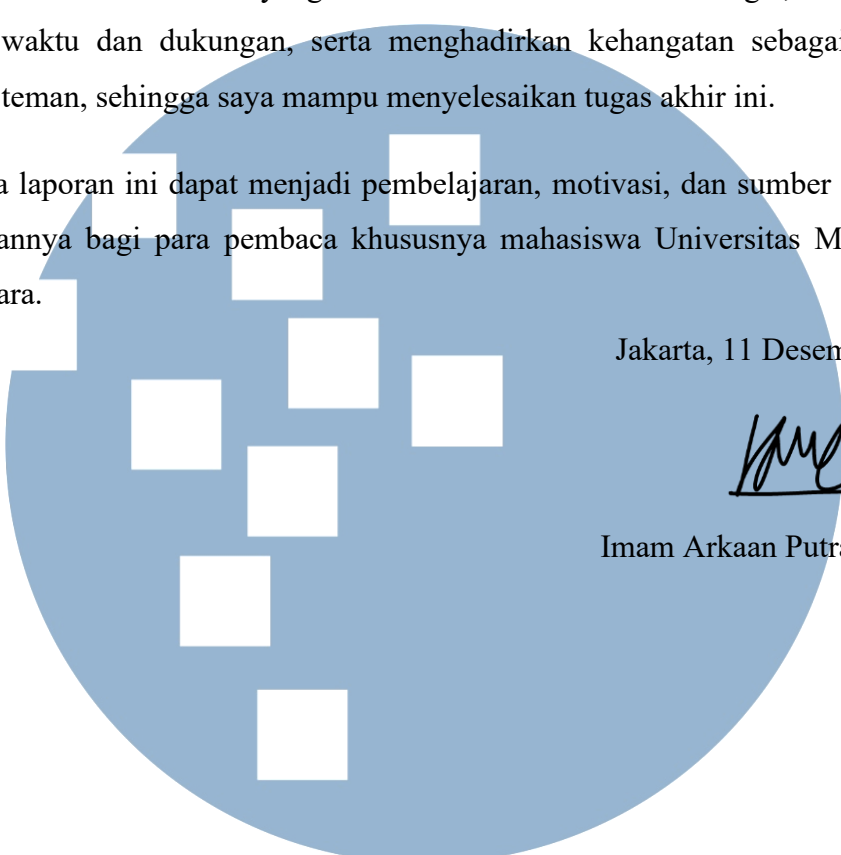
8. *The Backbenchers* yang senantiasa memberikan semangat, meluangkan waktu dan dukungan, serta menghadirkan kehangatan sebagai seorang teman, sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Jakarta, 11 Desember 2025



Imam Arkaan Putra Andreta



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN INTERN DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL OYO UNTUK PASAR GLOBAL

Imam Arkaan Putra Andreta

ABSTRAK

Perkembangan pesat media sosial telah mendorong perusahaan di industri penginapan untuk memperkuat strategi komunikasi digital mereka. OYO Indonesia, sebagai bagian dari jaringan hotel global, berupaya mempertahankan relevansi dan daya saing melalui pengelolaan konten lintas negara yang menarik dan konsisten. Program magang ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk berperan sebagai *Social Media Intern* di Departemen *Brand*, dengan tanggung jawab utama dalam pembuatan dan pengelolaan konten untuk akun OYO wilayah *Rest of Southeast Asia* (Filipina, Thailand, Vietnam) dan *Latin America* (Brasil, Meksiko). Mahasiswa terlibat dalam seluruh proses ideasi, produksi, penulisan *caption*, hingga pelaporan performa konten di platform Instagram dan Facebook. Hasil analisis menunjukkan peningkatan signifikan pada *engagement* dan jangkauan audiens di beberapa negara, terutama Thailand dan Filipina, yang menandakan efektivitas strategi konten yang diterapkan. Melalui program ini, mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan teori komunikasi dan strategi pemasaran digital pada konteks global serta memahami dinamika industri perhotelan di era digital.

Kata kunci: Media Sosial, Pemasaran Digital, Kreasi Konten, OYO

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE OF INTERN IN CREATING OYO SOCIAL MEDIA CONTENT FOR THE GLOBAL MARKET

Imam Arkaan Putra Andreta

ABSTRACT

The rapid growth of social media has encouraged hospitality companies to strengthen their digital communication strategies. OYO Indonesia, as part of a global hotel network, aims to maintain relevance and competitiveness through consistent and engaging cross-country content management. This internship provided the opportunity for the student to serve as a Social Media Intern in the Brand Department, primarily responsible for creating and managing content for OYO's Rest of Southeast Asia (Philippines, Thailand, Vietnam) and Latin America (Brazil, Mexico) accounts. The intern was involved in the entire process—from ideation and production to caption writing and performance reporting—across Instagram and Facebook platforms. The analysis revealed a significant increase in engagement and audience reach, particularly in Thailand and the Philippines, indicating the effectiveness of the implemented content strategy. Through this internship, the student gained hands-on experience in applying communication theory and digital marketing strategy within a global context while understanding the dynamics of the hospitality industry in the digital era.

Keywords: Social Media, Digital Marketing, Content Creation, OYO

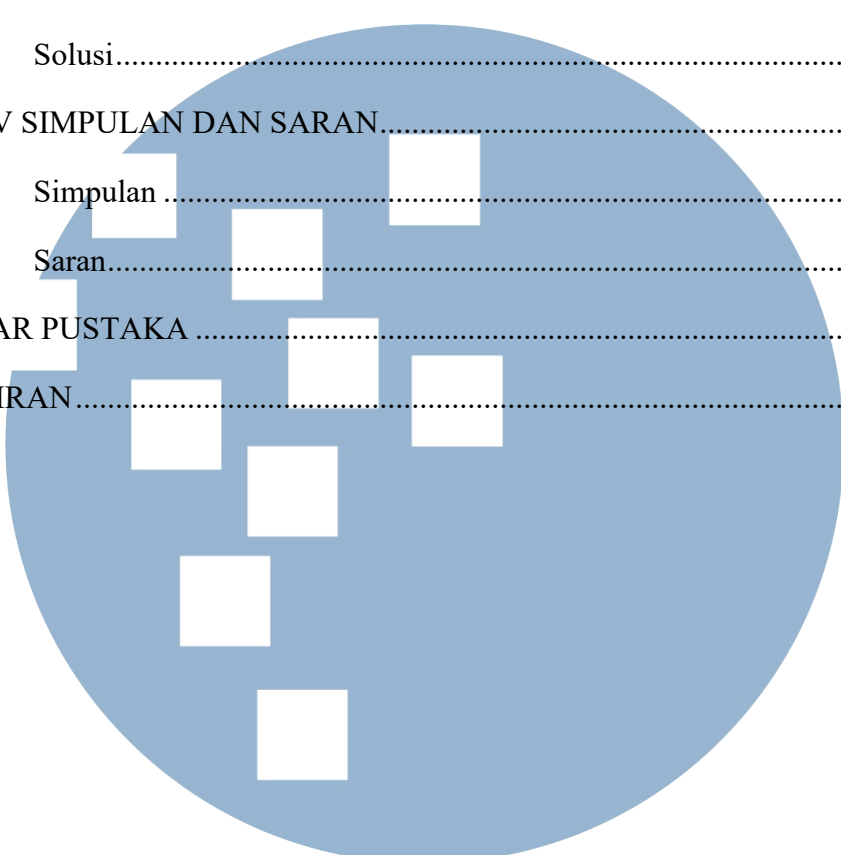
UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	8
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	11
2.1. Tentang OYO Indonesia	11
2.2. Logo	12
2.3. Visi dan Misi.....	13
2.4. Struktur Perusahaan	14
2.5. Departemen	17
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	21
3.1. Kedudukan dalam Kerja Magang.....	21
3.3. Penerapan Konsep Teori dalam Tugas Kerja Magang.....	58

3.5. Kendala Utama.....	63
3.6. Solusi.....	64
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	65
4.1. Simpulan	65
4.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

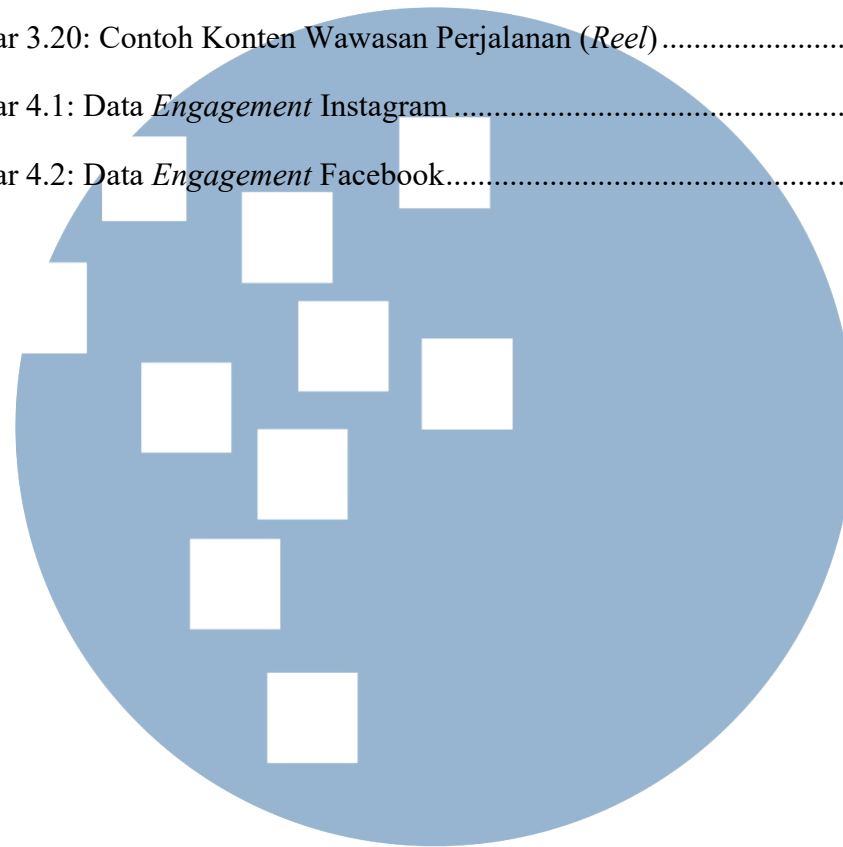
Tabel 3.1: Informasi <i>Terkait Brand Guidelines</i>	25
Tabel 3.2: Lini Waktu Kerja Mahasiswa Magang	31
Tabel 3.3: Intensitas Kerja Mahasiswa Magang	32
Tabel 3.4: Uraian Pelaksanaan Kerja Magang Per Hari Selama Sebulan.....	58
Tabel 3.5: Relevansi Kategori Konten OYO dengan Aspek.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Logo OYO Lama	12
Gambar 2.2: Logo OYO Baru.....	12
Gambar 2.3: Badan Direksi OYO	14
Gambar 2.4: Struktur Departemen <i>Brand</i> OYO Indonesia.....	15
Gambar 2.5: Struktur Perusahaan OYO Indonesia	16
Gambar 3.1: Konten <i>What You See VS What I Feel</i>	23
Gambar 3.2: Kalender Konten	26
Gambar 3.3: Proses Produksi Konten	27
Gambar 3.4: Produksi <i>Caption</i>	27
Gambar 3.5: Hasil Produksi Konten	28
Gambar 3.6: Prosedur Pengajuan Konten	29
Gambar 3.7: Konten yang Telah Diunggah	29
Gambar 3.8: Siklus Kerja Mahasiswa Magang.....	30
Gambar 3.9: Tampilan Instagram OYO Filipina	34
Gambar 3.10: Contoh Konten Promosi Properti Filipina	36
Gambar 3.11: Contoh Konten Promosi Properti Thailand.....	37
Gambar 3.12: Tabel Daftar Properti untuk Dipromosikan.....	37
Gambar 3.13: Contoh Konten Promosi Penjualan	38
Gambar 3.14: Contoh Konten Sketsa Pendek	40
Gambar 3.15: Contoh Referensi Konten Sketsa Pendek.....	41
Gambar 3.16: Tabel Tanggal Acara dari OYO Mexico.....	42
Gambar 3.17: Contoh Konten Berdasarkan Acara.....	42
Gambar 3.18: Contoh Konten Berdasarkan Tren.....	44

Gambar 3.19: Contoh Konten Wawasan Perjalanan (<i>Carousel</i>)	45
Gambar 3.20: Contoh Konten Wawasan Perjalanan (<i>Reel</i>)	46
Gambar 4.1: Data <i>Engagement</i> Instagram	66
Gambar 4.2: Data <i>Engagement</i> Facebook.....	67



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	72
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	73
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	74
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	81
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	82
F. Pengecekan Hasil Turnitin	83
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	85

