

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dalam Kerja Magang

Pada hari pertama pelaksanaan magang di OYO Indonesia, mahasiswa magang disambut oleh Marie selaku penanggung jawab dari Departemen *Human Resources*. Setelah itu, mahasiswa diperkenalkan langsung kepada Departemen *Brand* dan dipersilakan untuk bergabung di meja kerja tim tersebut agar alur komunikasi internal lebih mudah terjalin. Sementara itu, perkenalan dengan departemen lain berlangsung secara informal pada momen-momen lain. Secara keseluruhan, sambutan yang diberikan mencerminkan sikap ramah dan terbuka, sehingga menjadi langkah awal yang positif dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif.

Sebagai *intern* baru, mahasiswa magang terlebih dahulu diwajibkan membuat alamat surel resmi perusahaan dengan mengisi data diri melalui formulir *online*. Alamat surel ini memiliki peran penting karena menjadi sarana utama komunikasi, baik dengan OYO Indonesia maupun dengan OYO Global, melalui platform Microsoft Office. Proses pembuatan surel dibimbing langsung oleh Marie dari Departemen *Human Resources*. Dengan adanya alamat surel tersebut, mahasiswa magang dapat lebih mudah menerima informasi, menyampaikan laporan, serta menjalankan komunikasi terkait tanggung jawabnya.

OYO Indonesia, khususnya di Departemen *Brand*, memiliki suasana kerja yang relatif santai, fleksibel, dan tidak dibebani tekanan berlebihan. Dari sisi jam kerja, terdapat perbedaan antara intern dan karyawan tetap, di mana *intern* memiliki jadwal masuk dan pulang yang lebih teratur, sedangkan karyawan tetap diberi keleluasaan yang lebih longgar. Selain itu, karyawan diperbolehkan bekerja sambil menikmati kopi, makan, atau menyelesaikan kepentingan pribadi tertentu. Meski demikian, fleksibilitas ini tidak sepenuhnya berlaku di semua departemen.

Etos kerja di OYO Indonesia, khususnya di Departemen *Brand*, dapat dikatakan sehat dan supportif. Setelah jam kerja berakhir, mahasiswa magang biasanya diingatkan serta dianjurkan untuk pulang, sementara pekerjaan yang belum selesai disarankan untuk dilanjutkan keesokan harinya. Bahkan, ketika Jakarta dilanda unjuk rasa yang berujung kerusuhan, perusahaan memberikan kebijakan kelonggaran berupa *Work from Home* (WFH). Pada akhir pekan maupun hari libur, tidak ada beban pekerjaan yang diberikan kecuali jika benar-benar mendesak. Hal ini mencerminkan adanya kepedulian dan perhatian terhadap kesejahteraan seluruh anggota OYO Indonesia.

Dalam pelaksanaan kerja magang di OYO Global, mahasiswa magang memperoleh kompensasi berupa gaji bulanan sebesar Rp3.000.000. Pemberian gaji ini merupakan bentuk apresiasi perusahaan terhadap kontribusi *intern* dalam mendukung proses pembuatan konten media sosial untuk berbagai kanal digital OYO Global. Kompensasi tersebut mencerminkan komitmen perusahaan dalam menghargai peran mahasiswa magang sebagai bagian dari tim kerja yang terlibat secara aktif dalam kegiatan operasional. Selain sebagai penghargaan finansial, gaji yang diberikan juga berfungsi sebagai motivasi bagi untuk meningkatkan kinerja, bersikap profesional, serta bertanggung jawab dalam menjalankan tugas dan kewajiban selama periode magang.

Sebagai *intern*, mahasiswa magang bertugas mengelola media sosial Instagram dan Facebook OYO *Rest of Southeast Asia* (RoSEA), yang mencakup Filipina, Thailand, dan Vietnam, serta OYO *Latin America* (LatAm), yang meliputi Brasil dan Meksiko. Tanggung jawab ini mencakup penyusunan kalender konten, produksi materi, penulisan *copy* dan *caption*, hingga proses pengunggahan. Dengan bimbingan supervisor serta dukungan rekan sesama *intern*, Departemen *Brand* berperan sebagai garda terdepan dalam menjalankan strategi *social media marketing* untuk OYO RoSEA, LatAm, bahkan hingga negara-negara lain.

Alur kerja antara mahasiswa magang dan *intern* lainnya tersusun dengan jelas. Setelah kalender konten selesai disusun, supervisor akan meninjaunya untuk menilai kelayakan ide yang diajukan. Selanjutnya, proses produksi dan penyuntingan konten dilakukan dengan pemantauan, bahkan terkadang dikerjakan bersama, guna memastikan tidak ada kesalahan. Sebelum konten diunggah, mahasiswa magang wajib mengajukan persetujuan terlebih dahulu. Jika terdapat revisi, perbaikan dilakukan hingga konten dinyatakan layak dan kemudian dipublikasikan.



Gambar 3.1: Konten *What You See VS What I Feel*

Sumber: Instagram OYO Thailand (2025)

Dari sekian banyak konten yang diproduksi, salah satu yang paling menonjol adalah konten berjudul *What You See VS What I Feel*. Konten ini menampilkan sensasi sederhana namun universal, yakni kenikmatan rebahan, melalui perpaduan antara hasil video syuting dan penggunaan *stock footage*, yang dikemas dengan keterampilan pengambilan gambar serta penyuntingan. Relevansi temanya dengan kehidupan banyak orang, ditambah penyajian visual yang menarik dan durasi singkat, menjadikan konten ini mudah dinikmati tanpa menguras waktu penonton. Esensi dari konten ini adalah menghadirkan pengalaman bersama OYO Indonesia dengan pendekatan yang lebih umum,

sehingga membangun jembatan antara pengalaman menginap dan sentuhan personal. Konten tersebut dipublikasikan di Instagram OYO Thailand dan Vietnam serta Facebook OYO Thailand, Vietnam, Brasil, dan Meksiko. Menariknya, konten ini awalnya dibuat secara spontan untuk mengisi kekosongan dalam kalender konten, dengan hanya memanfaatkan *footage* yang sudah tersedia tanpa perlu pengambilan gambar baru. Hal ini menjadi bukti nyata adanya inisiatif kreatif sekaligus pemikiran kritis dalam proses pembuatannya.

3.2. Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama lebih dari 100 hari kerja, terhitung dari Juli 2025 hingga Januari 2026, mahasiswa magang menjalani peran sebagai *Social Media Intern* dengan tanggung jawab utama mengelola sekaligus memproduksi konten untuk akun Instagram dan Facebook OYO di kawasan Filipina, Thailand, dan Vietnam (RoSEA), serta Brasil dan Meksiko (LatAm). Penggunaan Facebook menjadi tantangan tersendiri karena mahasiswa magang belum sepenuhnya familier dengan tampilan antarmuka situs maupun aplikasinya. Namun, berkat arahan dan bimbingan dari supervisor, mahasiswa magang berhasil memahami cara penggunaannya secara efektif. Alhasil, proses kerja dapat berlangsung secara efektif dan teratur.

Proses kerja magang ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga menekankan pentingnya kreativitas serta komunikasi merek yang efektif. Setiap konten yang diproduksi untuk OYO tidak hanya dituntut menarik, melainkan juga harus selaras dengan *brand guidelines* (*content pillar, font, color palette, dll.*) yang dikomunikasikan oleh supervisi melalui lisan dan tertulis. Hal ini menjadi krusial agar identitas visual dan pesan yang disampaikan di seluruh kanal media sosial OYO secara global tetap konsisten dan seragam.

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

Isi <i>Brand Guidelines</i>	
Jenis	Pengertian
<i>Content Pillar</i>	Sesuai dengan penjabaran pada <i>Subbab 3.2.2.</i> , memperhatikan batasan-batasan konten (contoh: menunjukkan pasangan non-pasutri).
<i>Font</i>	<i>Inter</i> (untuk Filipina, Vietnam, Brazil dan Mexico), <i>Sarabun</i> (untuk Thailand).
<i>Color Palette</i> dan Lainnya	Diadaptasi dari berkas internal perusahaan.

Tabel 3.1: Informasi Terkait *Brand Guidelines*

Sumber: Data Olahan Mahasiswa Magang 2025

3.2.1. Tugas Kerja Magang

Mahasiswa magang bertugas melakukan riset tren/tanggal, ideasi, perencanaan konten, melaksanakan proses produksi seperti syuting, penyuntingan, dan menulis *copy* serta *caption*, hingga mengunggah konten. Seluruh aktivitas ini dijalankan secara terstruktur dan konsisten setiap bulan. Rangkaian kegiatan tersebut ditujukan untuk menjaga sekaligus meningkatkan *brand awareness* audiens terhadap OYO di ranah digital, serta mendukung strategi komunikasi pemasaran perusahaan melalui distribusi konten pada berbagai platform media sosial.

Selama menjalani magang di bawah Departemen *Brand*, mahasiswa magang dibimbing langsung oleh Anjani selaku supervisor. Pada masa awal, ketika mahasiswa magang belum memiliki gambaran mengenai alur kerja, arahan penuh diberikan untuk membantu memahami proses di departemen tersebut. Selain bimbingan teknis, mahasiswa magang juga difasilitasi dengan berbagai dukungan, seperti akses aplikasi penyunting video CapCut Premium, situs penyedia aset kreatif Envato, serta peminjaman perangkat yang lebih mumpuni untuk kebutuhan syuting. Seluruh rangkaian pembuatan konten, mulai dari riset tren hingga pengunggahan, dilaksanakan langsung di lingkungan kantor.

Gambar 3.2: Kalender Konten

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

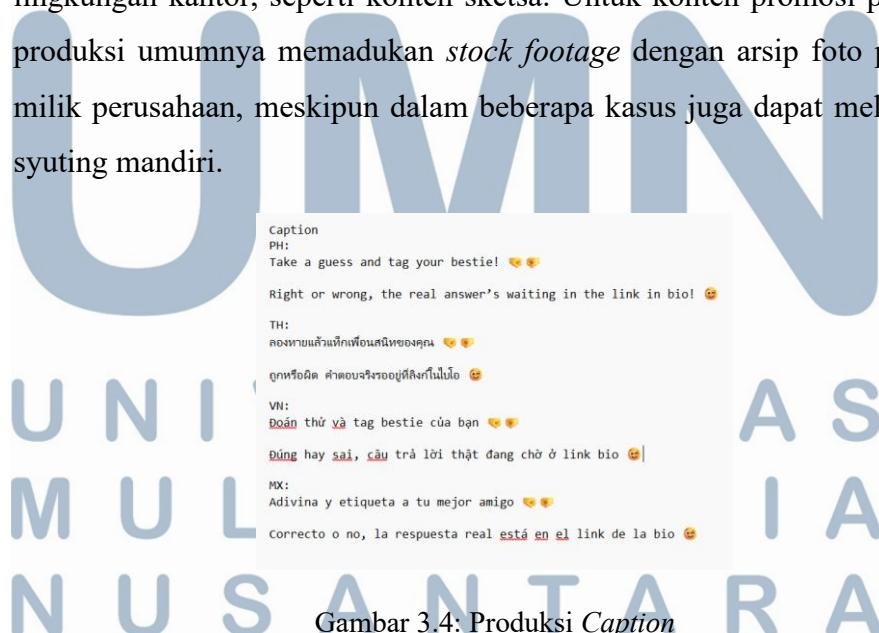
Pada akhir bulan sebelumnya, mahasiswa magang bersama tim menyusun kalender konten bulanan sebagai dasar perencanaan. Proses ini mencakup riset tren, pencarian tanggal penting, serta ideasi konten yang dilakukan secara paralel. Riset tren umumnya dilakukan dengan menelusuri referensi pada *For You Page* (FYP) Instagram OYO, sehingga konten yang dipilih tetap relevan dengan tema perjalanan dan negara terkait. Sementara itu, riset tanggal berfokus pada pencarian momen penting di tiap negara, mulai dari hari perayaan hingga acara rekreasi. Tahap ideasi dapat mengikuti alur serupa, namun sering kali juga muncul dari gagasan otentik yang dikembangkan secara mandiri, baik dari nol atau berdasarkan referensi. Di sisi lain, tidak jarang, OYO pusat turut mengajukan permintaan spesifik terkait konten yang perlu diproduksi. Setelah kalender konten selesai disusun, Departemen *Brand* melanjutkan proses ke tahap berikutnya, yaitu produksi.



Gambar 3.3: Proses Produksi Konten

Sumber: Dokumen Mahasiswa Magang (2025)

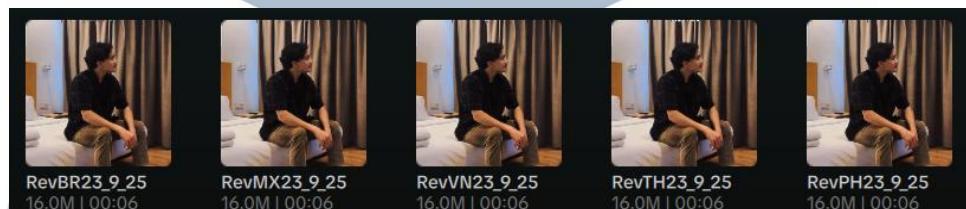
Proses produksi konten di OYO dilakukan melalui dua pendekatan, yakni pemanfaatan *stock footage* dari Envato dan proses syuting mandiri. Pendekatan pertama umumnya digunakan untuk konten yang tidak memungkinkan direkam secara langsung, seperti acara rekreatif atau konten dengan latar lintas negara. Sementara itu, pendekatan kedua dilakukan melalui syuting mandiri, biasanya untuk konten yang dapat diambil di lingkungan kantor, seperti konten sketsa. Untuk konten promosi properti, produksi umumnya memadukan *stock footage* dengan arsip foto properti milik perusahaan, meskipun dalam beberapa kasus juga dapat melibatkan syuting mandiri.



Gambar 3.4: Produksi *Caption*

Sumber: Dokumen Mahasiswa Magang (2025)

Selain memproduksi visual konten, mahasiswa magang juga berperan dalam penyusunan *copy* dan *caption*. *Copy* dirancang agar selaras dengan konsep serta visual yang ditampilkan, demikian pula *caption*. Setiap *caption* senantiasa dilengkapi dengan *call to action* (CTA) yang disesuaikan dengan konteks konten. Karena konten ditujukan untuk berbagai negara, *copy* dan *caption* yang telah selesai kemudian diterjemahkan dengan bantuan platform penerjemah seperti QuillBot dan DeepL, maupun dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI). Dalam beberapa kasus, supervisor juga menganjurkan mahasiswa magang untuk menggunakan AI guna menyempurnakan kualitas *caption*. Saran ini diterapkan oleh mahasiswa magang dengan AI ChatGPT, yang mana penggunaannya dimanfaatkan untuk memperbaiki tata dan kaidah berbahasa, menyesuaikan jumlah suku kata dan tata letak, penerjemahan lebih lanjut, serta pemilihan emotikon yang relevan dengan konteks pada teks.

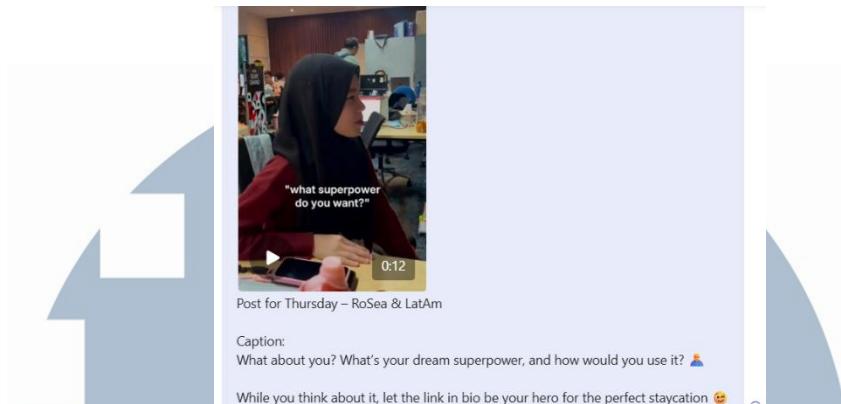


Gambar 3.5: Hasil Produksi Konten

Sumber: Dokumen Mahasiswa Magang (2025)

Dari satu ide konten, bisa tercipta satu hingga lima versi akhir. Perbedaan jumlah ini bergantung pada tujuan distribusinya, apakah hanya untuk regional atau sekaligus global. Pendekatan ini memastikan konten yang dipublikasikan selalu relevan dengan target audiensnya.

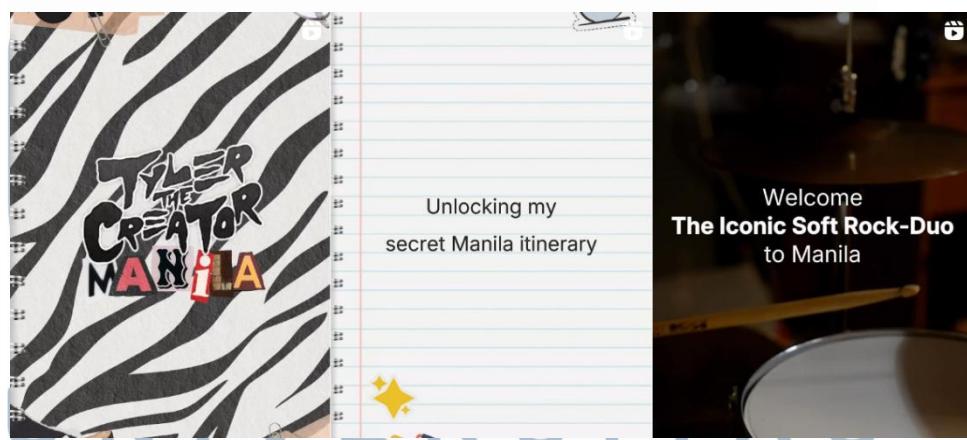
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.6: Prosedur Pengajuan Konten

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

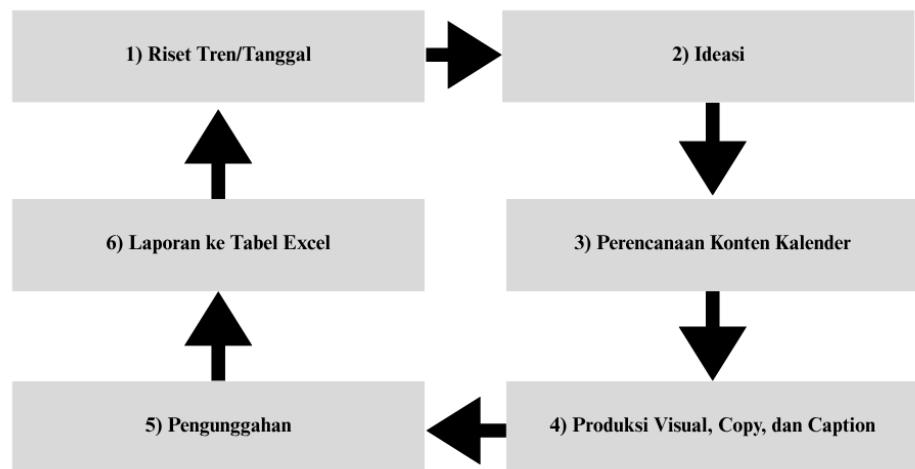
Setelah seluruh proses perencanaan dan produksi selesai, konten yang telah rampung diajukan dengan format yang telah ditentukan kepada supervisor untuk memperoleh persetujuan sebelum diunggah. Pengajuan ini umumnya dilakukan melalui pesan di grup departemen pada Microsoft Office, meskipun terkadang juga disampaikan secara langsung maupun melalui pesan pribadi. Proses persetujuan biasanya diajukan antara lima hingga satu hari sebelum jadwal unggah. Apabila terdapat revisi, perbaikan segera dilakukan agar konten tetap sesuai dengan jadwal penayangan.



Gambar 3.7: Konten yang Telah Diunggah
Sumber: Instagram OYO Filipina (2025)

Terakhir, proses pengunggahan dilakukan pada waktu yang telah ditentukan di seluruh akun media sosial Facebook dan Instagram OYO pada

negara-negara yang menjadi tanggung jawab mahasiswa magang. Setelah konten berhasil diunggah, mahasiswa magang juga berkewajiban melaporkannya melalui pengisian kolom pada tabel kalender konten. Dengan begitu, seluruh aktivitas produksi hingga distribusi konten terdokumentasi secara rapi.



Gambar 3.8: Siklus Kerja Mahasiswa Magang

Sumber: Instagram OYO Filipina (2025)

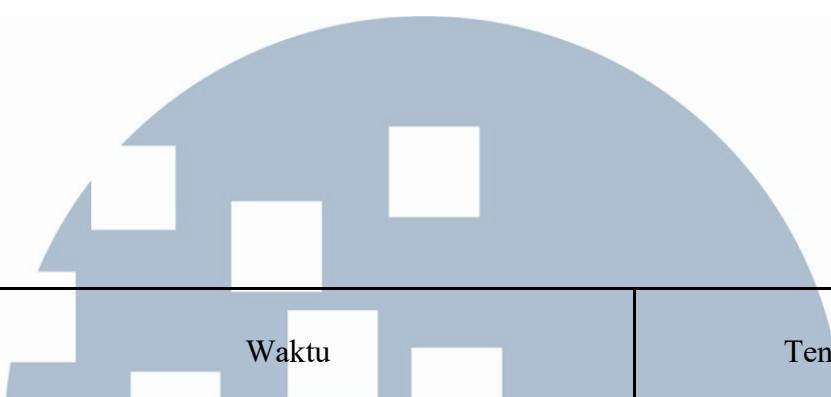
Seluruh siklus ini berlangsung berkesinambungan dari bulan ke bulan. Setiap periode, ide-ide baru senantiasa ditambahkan untuk menjaga variasi konten dan menghindari repetisi. Namun, dari sekian tahapan yang ada, aktivitas yang senantiasa dilakukan hampir setiap hari adalah tahap produksi, pengunggahan, dan pelaporan. Ketiga tahapan ini menjadi rutinitas utama karena berhubungan langsung dengan keberlangsungan konten di media sosial OYO, sehingga menuntut konsistensi, ketelitian, serta koordinasi yang baik antara mahasiswa magang dan supervisi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tugas	Juli 2025				Agustus 2025				September 2025				Oktober 2025				November 2025			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset Tren/Tanggal																				
Ideasi																				
Perencanaan Kalender Konten																				
Produksi Visual, <i>Copy</i> , dan <i>Caption</i>																				
Pengunggahan																				
Laporan ke Tabel Excel																				

Tabel 3.2: Lini Waktu Kerja Mahasiswa Magang

Sumber: Data Olahan Mahasiswa Magang 2025



Tugas	Waktu					Tenaga Sumber Daya Manusia			
Riset Tren/Tanggal	Orange	Orange	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Orange	Orange	White	White
Ideasi	Dark Teal	Dark Teal	Dark Teal	Light Blue	Light Blue	Cyan	Cyan	Cyan	White
Perencanaan Kalender Konten	Green	Green	Green	Light Blue	Light Blue	Light Green	Light Green	Light Green	White
Produksi Visual, <i>Copy</i> , dan <i>Caption</i>	Dark Red	Dark Red	Dark Red	Dark Red	Dark Red	Pink	Pink	Pink	Pink
Pengunggahan	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	Dark Purple	White	Light Purple	White	White	White
Laporan ke Tabel Excel	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Light Blue	Light Blue	White	White

Tabel 3.3: Intensitas Kerja Mahasiswa Magang

Sumber: Data Olahan Mahasiswa Magang 2025

Tabel 3.2 memperlihatkan intensitas kerja mahasiswa magang dengan memetakan hubungan antara jenis tugas, alokasi waktu, serta keterlibatan tenaga sumber daya manusia. Tugas yang diuraikan dalam tabel mencakup seluruh siklus kerja magang di Departemen *Brand*, mulai dari riset tren atau tanggal, tahap ideasi, perencanaan kalender konten, produksi visual yang dilengkapi dengan *copy* dan *caption*, hingga pengunggahan serta pelaporan melalui tabel Excel. Setiap tahap digambarkan dengan warna berbeda untuk menunjukkan distribusi aktivitas secara kronologis.

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa alur kerja mahasiswa magang berlangsung secara sistematis dan berulang setiap bulan. Tahap awal seperti riset tren/tanggal serta ideasi menuntut kolaborasi aktif dalam mencari referensi dan menghasilkan gagasan yang relevan dengan kebutuhan konten. Sementara itu, tahap produksi menuntut keterlibatan sumber daya manusia yang lebih intensif karena mencakup proses kreatif dan teknis sekaligus. Adapun tahap akhir berupa pengunggahan dan pelaporan bersifat lebih administratif, namun tetap penting sebagai bentuk pertanggungjawaban kerja.

Dengan demikian, penjabaran ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai ritme kerja mahasiswa magang, mulai dari pencarian ide hingga dokumentasi akhir. Selain mencerminkan pola kerja yang terstruktur, penjabaran ini juga menegaskan pentingnya koordinasi antara mahasiswa magang, supervisi, dan tim Departemen *Brand* agar setiap konten dapat diproduksi dan disampaikan secara tepat waktu sesuai standar perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam implementasinya, Departemen *Brand* OYO yang berfokus pada pengembangan konten di wilayah RoSEA dan LatAm membagi jenis kontennya ke dalam enam kategori utama, yaitu Promosi Properti (*Property Promotion*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Sketsa Pendek (*Short Sketch*), Berdasarkan Acara (*Event-Based*), Berdasarkan Tren (*Tren-Based*), dan Wawasan Bepergian (*Travel Insight*). Masing-masing kategori memiliki karakteristik tujuan yang berbeda, mulai dari meningkatkan minat konsumen terhadap properti, mendukung aktivitas pemasaran, hingga menjaga *engagement* audiens melalui konten ringan dan informatif. Dari sisi format, konten dibagi menjadi tiga jenis, yakni *Feed*, *Carousel*, dan *Reel*. Walaupun mahasiswa magang terlibat dalam keseluruhan proses kreatif untuk ketiga format tersebut, tanggung jawab utamanya lebih ditekankan pada produksi konten berformat *Reel* yang menjadi fokus utama dalam strategi media sosial OYO.



Gambar 3.9: Tampilan Instagram OYO Filipina

Sumber: Instagram OYO Filipina (2025)

Uraian berikut menjelaskan secara rinci setiap kategori konten yang digunakan oleh Departemen *Brand* OYO, lengkap dengan contoh penerapannya. Penjelasan ini tidak hanya memberikan gambaran fungsi masing-masing kategori, tetapi juga menunjukkan bagaimana konten tersebut diadaptasi sesuai kebutuhan strategi komunikasi. Dengan demikian, terlihat jelas peran tiap kategori dalam membangun citra dan keterhubungan OYO dengan audiensnya.

1. Promosi Properti (*Property Promotion*)

Konten Promosi Properti berfokus pada penonjolan satu properti tertentu yang ditugaskan langsung, yang terkadang secara mendadak, oleh OYO pusat, melalui perantara supervisi, untuk mendapatkan dorongan pemasaran tambahan. Instruksi mengenai properti mana yang perlu dipromosikan disampaikan baik secara lisan maupun melalui catatan tertulis di tabel khusus yang sudah disiapkan. Bentuk promosinya pun bervariasi, mulai dari menampilkan satu properti secara individual, menggabungkan Promosi Properti pada kategori konten lain, hingga dipublikasikan di akun media sosial resmi milik properti terkait agar jangkauan promosi semakin luas.

Proses pembuatan konten untuk kategori ini pada umumnya memanfaatkan aset foto dari properti yang bersangkutan, kemudian dedit agar sesuai dengan konsep konten yang telah dirancang sebelumnya. Dalam beberapa kasus, materi tersebut juga dipadukan dengan *stock footage* maupun video hasil syuting yang dilakukan di kantor untuk memperkaya visual. Walaupun tujuan utamanya adalah mempromosikan properti tertentu, pendekatan kreatif yang digunakan tidak selalu bersifat formal. Beberapa konten sengaja dikemas secara menghibur agar audiens tidak sekadar menerima informasi, tetapi juga merasa terhibur dan mendapatkan pengalaman menonton yang lebih segar serta tidak monoton.

Konten promosi properti paling sering diterapkan di wilayah Filipina, di mana sejumlah properti unggulan menjadi fokus utama dalam strategi

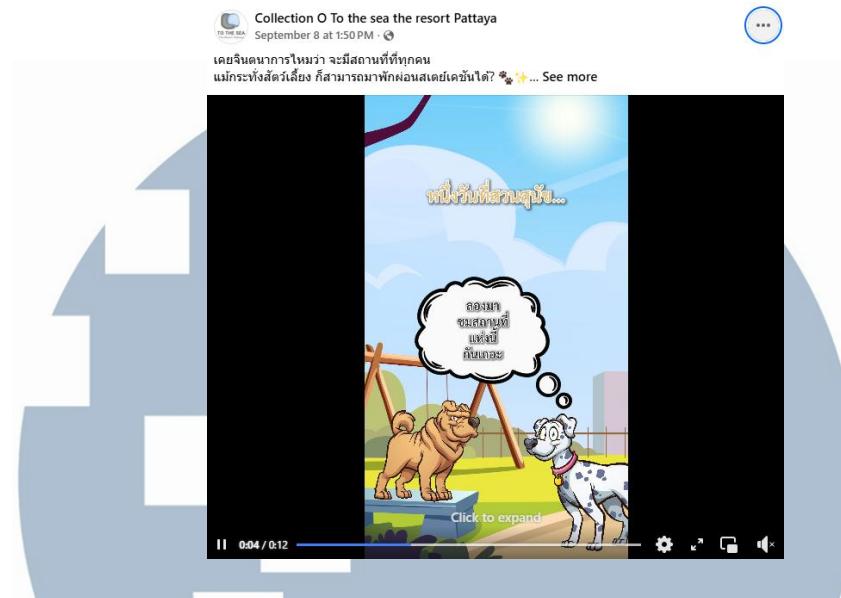
pemasaran. Salah satu properti yang kerap mendapat sorotan adalah Palette in Angeles, yang berlokasi di daerah Pampanga. Selain itu, Sunday Hevea Hotel and Resort yang juga berada di kawasan tersebut turut dipromosikan secara rutin.



Gambar 3.10: Contoh Konten Promosi Properti Filipina

Sumber: Instagram OYO Filipina (2025)

Salah satu contoh konten dari kategori Promosi Properti adalah video berjudul *“What I imagine after my bro said: ‘sorry have plans this weekend. ”*. Konten ini menggunakan pendekatan komedi dengan teknik penyuntingan kreatif, di mana rekaman hasil syuting di kantor dihapus latar belakangnya lalu ditempelkan pada foto-foto properti yang berganti-ganti, mulai dari area parkir, lobi, hingga kamar. Daya tarik utamanya terletak pada kreativitas dalam memaksimalkan keterbatasan, yang berhasil diwujudkan oleh mahasiswa magang. Dibandingkan konten serupa, karya ini justru menonjol karena mampu meraih jumlah tayangan yang melampaui rata-rata.



Gambar 3.11: Contoh Konten Promosi Properti Thailand

Sumber: Instagram OYO Filipina (2025)

Di Thailand, terdapat sebuah properti unik yang menjadi fokus promosi, yaitu Collection O To The Sea Resort yang berlokasi di Pattaya. Keistimewaan properti ini adalah sifatnya yang ramah terhadap hewan peliharaan, sehingga membutuhkan pendekatan konten khusus untuk menonjolkan keunggulannya. Salah satu contoh konten unggulan adalah “*Dogs Vacation Cartoon*”, sebuah video animasi dua dimensi yang menampilkan percakapan dua ekor anjing yang berencana berlibur, hingga akhirnya memilih *resort* tersebut sebagai destinasi. Seluruh aset visual dalam konten ini bersumber dari Envato dan difasilitasi oleh kantor, menjadikannya karya yang kreatif sekaligus relevan dengan karakter properti yang dipromosikan.

To be promoted this week	Already promoted	Malaysia	Thailand (SOB, from BI)	Philippines (SOB, from BI)	Vietnam (SOB, from BI)	Brazil	Mexico
Capital O OYO 88 Hotel (Melaka City)	Collection O VResotel	PNB Pasay Evangelista formerly VIP Suite Townhouse OAK Metro Manila Near Osmena Highway PNR Pasay formerly Aviit Hotel	Collection O Le Grand Handi hotel - The Tryst	Collection O Le Grand Hanoi hotel - The Central Park	Collection O Le Hotel Suites Marina, Mexico City		
Super OYO 80869 Crossroads Hotel (Kuala Lumpur)	Collection O Howard Square Boutique Hotel	Junction Hostel, Poblacion Makati Avenue, Manila	Collection O Sunshine Garden Hotel - Near SECC	Collection O Grand Hanoi hotel - The Central Park	Collection O Colina Dorada		
Super OYO Captain Hotel Cafe & Bistro (Manjung)	Collection O JA Siam City	Sunday Hevea Hotel and Resort	Collection O Madam Cuc Hotel	Collection O Sunshine Garden Hotel - Near SECC	Collection O Parador Crespo Hotel, Oaxaca		
Hotel Ramai (Sandakan)	Collection O Bupamontra Chiangmai	Dancenter Luxury Retreat Angeles City Pampanga Formerly Hevea Resort	Collection O Cozy 5 Hotel - Near SECC	Collection O Cozy 5 Hotel - Near SECC	Collection O Morgan City Center, Los Cabos		
Capital O 90897 Island City Hotel (Penang)	Hotel O Bupatara Chiangmai	Junction Hostel, Poblacion Makati Avenue, Manila	Collection O Vip Suites, Near PNR Pasay Evangelista, Makati Manila	Collection O Madam Cuc Hotel	Collection O Posada La Casa De La Tia, Oaxaca		
OYO 410 Brickfields Park Hotel (Kuala Lumpur)	Collection O Diamond House Khasan	VIP Hotel, Near PNR Pasay Evangelista, Makati Manila	Collection O VyVy Airport Hotel	Collection O Vip Suites, Near PNR Pasay Evangelista, Makati Manila	Collection O Casa Bella Hotel Boutique, Cabo San Lucas		
OYO 90099 G Home Hotel, Kota Bharu, Kelantan	Sunday JA Plus Hotel	VIP Hotel, Near PNR Pasay Evangelista, Makati Manila	Collection O Havana Airport Hotel	Collection O Havana Airport Hotel	Collection O Mimi Del Mar, Playa del Carmen		

Gambar 3.12: Tabel Daftar Properti untuk Dipromosikan

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Untuk negara lain di luar Filipina dan Thailand, promosi properti biasanya mengacu pada tabel khusus yang berisi daftar properti yang perlu dipromosikan berdasarkan arahan OYO pusat. Konten yang dihasilkan dari daftar ini tidak selalu berdiri sebagai konten mandiri, melainkan sering kali disisipkan ke dalam kategori konten lain agar tetap relevan dengan strategi komunikasi dan memberikan variasi dalam kalender konten.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Kategori Promosi Penjualan berfokus pada pengangkatan promo-promo spesial yang dijalankan OYO, seperti diskon bertema tanggal kembar. Konten dalam kategori ini tidak terlalu sering muncul karena promo hanya diberikan pada momen tertentu saja, misalnya saat perayaan tanggal unik seperti 8 Agustus (8.8). Karakteristik kontennya cenderung langsung menyampaikan pesan utama tanpa tambahan gimik yang berlebihan, sehingga lebih menekankan informasi inti berupa potongan harga atau keuntungan promo. Hingga saat ini, eksekusi konten promosi penjualan dilakukan dalam bentuk visual statis yang sederhana namun efektif untuk menyampaikan pesan.



Gambar 3.13: Contoh Konten Promosi Penjualan

Sumber: Instagram OYO Filipina (2025)

3. Sketsa Pendek (*Short Sketch*)

Kategori Sketsa Pendek berfokus pada penyajian konten bermuansa komedi, gimik, maupun drama ringan. Walaupun mengedepankan unsur hiburan dengan melibatkan perwatakan tertentu, tema yang diangkat tetap relevan dengan bisnis inti OYO, yakni seputar liburan dan aktivitas bepergian. Topik yang dipilih biasanya dekat dengan keseharian audiens, mulai dari pekerja, mahasiswa, hingga mereka yang gemar berwisata. Pada praktiknya, sketsa pendek ini menjadi bentuk kombinasi antara hiburan digital dengan strategi penjualan halus (*soft selling*), sehingga mampu menarik perhatian sekaligus menyampaikan pesan pemasaran secara tidak langsung.

Dari sisi produksi, kategori konten ini tergolong lebih kompleks karena membutuhkan tahapan yang lebih detail dibanding jenis konten lainnya. Prosesnya dimulai dari pengembangan konsep atau alur cerita, pembuatan *storyboard*, hingga penyampaian *brief* yang harus dipahami oleh para aktor, aktris, dan tim yang terlibat. Pengambilan gambar pun dilakukan sambil memberikan arahan langsung kepada para pemeran atau tim agar hasilnya sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Setelah itu, proses penyuntingan harus dilakukan dengan tingkat ketelitian yang lebih tinggi agar keseluruhan video tetap konsisten dengan konsep yang telah disusun sejak tahap ideasi.

Dalam pengembangannya, konsep untuk kategori Sketsa Pendek ada yang terinspirasi dari referensi, baik dari halaman media sosial, contoh konten serupa, maupun *meme*. Namun, sebagian besar ide yang dijalankan justru berasal dari gagasan orisinal yang dikembangkan secara mandiri oleh mahasiswa magang. Hal ini membuat konten yang dihasilkan lebih segar dan tidak pasaran, melainkan memiliki ciri khas yang sesuai dengan identitas OYO.



Gambar 3.14: Contoh Konten Sketsa Pendek

Sumber: Instagram OYO Thailand (2025)

Salah satu contoh konten dari kategori ini adalah video berjudul “*Two Types of People on Sunday*”. Konten tersebut menggambarkan dua tipe orang dalam menyikapi hari Minggu. Pada sisi kiri, ditampilkan sosok yang santai dan menikmati waktu liburnya, sedangkan di sisi kanan digambarkan sosok yang tampak gelisah karena memikirkan rutinitas yang akan kembali dijalani keesokan harinya, yaitu hari Senin. Menariknya, konten ini juga memberi ruang bagi audiens untuk menafsirkan pesan sesuai pengalaman pribadi mereka, sehingga terasa lebih relevan. Kontras suasana antara sisi kiri dan kanan pun dipertegas melalui penggambaran atmosfer yang berbeda, sehingga emosi yang ditampilkan menjadi lebih kuat.

Ide konten ini awalnya terinspirasi dari *meme* populer di internet berjudul “*Two Guys on a Bus*”. Konsep tersebut mula-mula hanya diwujudkan dalam bentuk templat *meme* dengan penyesuaian *copy*. Namun, pendekatan itu tidak disetujui karena dianggap tidak sesuai dengan *brand guidelines* OYO. Atas masukan dari Departemen Brand, ide tersebut kemudian dikembangkan lebih jauh dengan mengadaptasikannya ke dalam dunia nyata, menggunakan konteks dan latar yang lebih relevan dengan citra merek OYO.



Gambar 3.15: Contoh Referensi Konten Sketsa Pendek

Sumber: Figma (2025)

4. Berdasarkan Acara (*Event-Based*)

Konten lain yang juga dikembangkan adalah konten yang menyesuaikan dengan acara maupun tanggal spesial di tiap negara. Karena sifatnya eksklusif, konten ini umumnya tidak bisa diterapkan lintas negara, meski ada beberapa pengecualian. Acara yang diangkat bisa beragam, mulai dari hari kemerdekaan, perayaan budaya lokal, konser musik, pertandingan olahraga, hingga pameran seni.

Dalam proses pembuatannya, langkah pertama adalah melakukan riset di internet dengan menggunakan kata kunci seperti “Tanggal penting di [negara] pada [bulan]” atau “Konser di [negara] pada [bulan]”. Setelah data terkumpul, informasi tersebut kemudian dikurasi untuk menentukan acara mana yang paling relevan, penting, serta berpotensi menarik perhatian audiens.

Pada bulan Oktober, OYO Mexico secara khusus menyediakan sebuah tabel berisi rangkuman acara serta tanggal-tanggal penting di negara mereka. Informasi tersebut kemudian dianalisis dan dikurasi lebih lanjut oleh Departemen Brand untuk menentukan acara mana yang paling relevan dan layak diangkat sebagai konten.

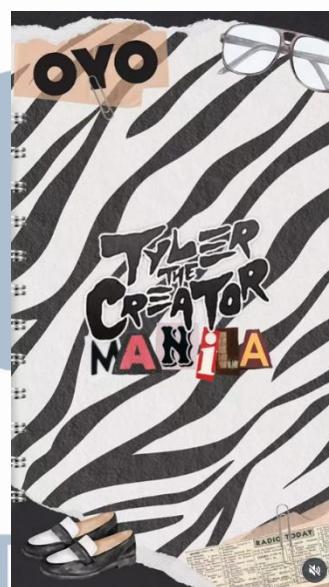
**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

Start Date	End Date	Event Name
20-Jul-25	31-Aug-25	Juicio a una zorra – Theatrical monologue by Itati Cantoral (La Teatrería, Mexico City)
3-Aug-25	10-Aug-25	Women's Pan-American Volleyball Cup (Colima)
5-Aug-25	9-Aug-25	"A Summer Among Chinampas" – Cultural program (Xochimilco)
7-Aug-25	17-Aug-25	Mexico participates in the 2025 World Games (Chengdu, China)
16-Aug-25	16-Aug-25	Triplemanía XXXIII – AAA Wrestling Event (Mexico City)
17-Aug-25	23-Aug-25	World Press Photo 2025 Exhibition (Franz Mayer Museum, Mexico City)
26-Aug-25	26-Aug-25	Shakira – Las Mujeres Ya No Lloran World Tour (Mexico City)
24-Oct-25	26-Oct-25	Formula 1 – Mexico City Grand Prix
16-Nov-25	16-Nov-25	Revolution Day Memorial (Public Holiday)
12-Dec-25	12-Dec-25	Day of the Virgin of Guadalupe (Bank Holiday)
25-Dec-25	25-Dec-25	Christmas Day (Public Holiday)
1-Jan-26	1-Jan-26	New Year's Day
2-Feb-26	2-Feb-26	Constitution Day (Observed Holiday)
16-Mar-26	16-Mar-26	Benito Juárez's Birthday Memorial
2-Apr-26	2-Apr-26	Maundy Thursday (Bank Holiday)
3-Apr-26	3-Apr-26	Good Friday (Bank Holiday)
1-May-26	1-May-26	Labor Day
5-May-26	5-May-26	Battle of Puebla (Cinco de Mayo, regional observance)
11-Jun-26	19-Jul-26	FIFA World Cup 2026 (Matches in Mexico, USA, Canada)
15-Aug-26	15-Aug-26	Assumption of Mary (Observance)
15-Sep-26	15-Sep-26	Grito de Dolores (Independence Eve observance)
16-Sep-26	16-Sep-26	Independence Day (National Holiday)

Gambar 3.16: Tabel Tanggal Acara dari OYO Mexico

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Sebagian besar konten dalam kategori Berdasarkan Acara biasanya tetap menyertakan promosi properti di dalamnya. Tema acara dijadikan titik awal pengembangan konsep, kemudian alurnya dibangun hingga mengarah pada penonjolan properti tertentu. Dengan cara ini, audiens yang tertarik atau terlibat dalam acara tersebut dapat sekaligus mengetahui keberadaan properti OYO di sekitar lokasi acara dan terdorong untuk menginap di sana.



Gambar 3.17: Contoh Konten Berdasarkan Acara

Sumber: Instagram OYO Filipina (2025)

Salah satu contoh konten dari kategori ini adalah “Tyler, The Creator, Manila”, yang menyoroti konser Tyler, The Creator di Manila, Filipina. Tema konten ini diadaptasi dari *mood board* khas sang musisi, dengan referensi yang dikumpulkan mahasiswa magang melalui Pinterest. Hasilnya, video kreatif dibuat menyerupai buku binder atau catatan harian, dihiasi dengan stiker dan foto bernuansa serupa menggunakan aset dari Envato. Selain itu, konten ini juga menyelipkan promosi properti Palette in Angeles, Pampanga, sehingga dapat digolongkan sekaligus ke dalam kategori Promosi Properti. Menariknya, konten ini lebih banyak memanfaatkan aset grafis statis, yang justru menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswa magang karena harus beradaptasi dengan desain visual yang tidak biasa mereka kerjakan.

5. Berdasarkan Tren (*Tren-Based*)

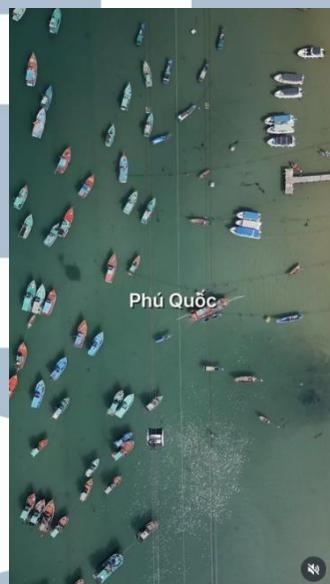
Konten berdasarkan tren hadir dalam variasi yang cukup beragam, mulai dari tema, konsep, format, hingga durasi. Namun, ada benang merah yang membuatnya seragam, yakni penggunaan elemen visual maupun *copywriting* yang relevan dengan tren terkini. Bentuknya bisa berupa konten kutipan (*quote*), *cinematic edit*, hingga pemanfaatan suara populer atau format yang sedang naik daun di media sosial. Mayoritas visualnya dibuat dengan memanfaatkan *stock footage* dari Envato, yang kemudian disusun untuk menampilkan konten yang menggugah.

Proses ideasi untuk kategori konten berbasis tren biasanya diawali dengan menelusuri halaman *For You Page* (FYP) di Instagram OYO. Ketika mahasiswa magang atau anggota departemen menemukan tren baru, mereka akan membagikannya kepada tim lain untuk dipertimbangkan bersama. Setelah itu, tren tersebut diadaptasi dan dieksekusi ulang agar selaras dengan pesan serta gaya komunikasi khas OYO.

Durasi konten dalam kategori ini cukup bervariasi, mulai dari 3–8 detik untuk konten singkat hingga 10–15 detik untuk yang lebih panjang.

Penentuan panjangnya durasi selalu menyesuaikan dengan tren yang sedang populer saat itu.

Kategori ini hadir sebagai strategi OYO untuk beradaptasi dengan perubahan algoritma media sosial yang dinamis dan sulit diprediksi. Dengan memanfaatkan tren yang sedang populer, harapannya konten dapat menjangkau audiens lebih luas sekaligus menjaga relevansi OYO di tengah arus informasi digital. Pendekatan ini juga membantu OYO tetap kompetitif dalam persaingan konten di platform sosial media.



Gambar 3.18: Contoh Konten Berdasarkan Tren

Sumber: Instagram OYO Vietnam (2025)

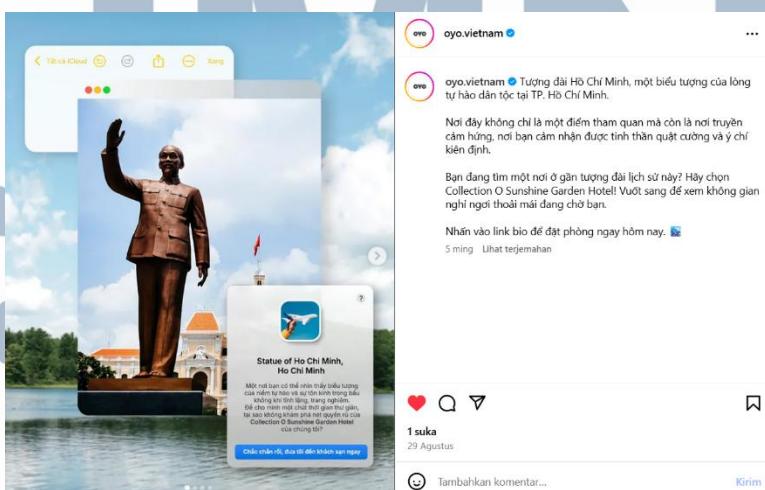
Salah satu contoh konten tren yang berhasil diadaptasi adalah “*Welcome to*”. Ide awalnya merujuk pada format populer “*The Next Station is*” yang banyak beredar di media sosial. Konsep ini mengandalkan copy singkat serta kesinambungan visual yang sinematis dari satu *frame* ke *frame* berikutnya, dipadukan dengan musik berirama cepat untuk memperkuat dinamika videonya. Visual yang ditampilkan mencakup lanskap alam, destinasi wisata, hingga kuliner khas dari kota yang disorot. Dengan begitu, konten ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memberi

inspirasi perjalanan sekaligus memperkuat *brand awareness* OYO di mata audiens.

6. Wawasan Bepergian (*Travel Insight*)

Kategori konten Wawasan Bepergian menekankan pada pemberian informasi seputar dunia perjalanan yang relevan dengan gaya hidup audiens. Topik yang diangkat cukup beragam, mulai dari musik, kuliner khas, hingga fakta menarik tentang suatu kota atau destinasi tertentu. Tidak jarang, kategori ini juga dikombinasikan dengan Promosi Properti, di mana *insight* yang dibagikan akan diarahkan untuk menyorot akomodasi OYO di wilayah terkait. Dengan begitu, konten ini mampu menggabungkan nilai edukasi, hiburan, sekaligus promosi.

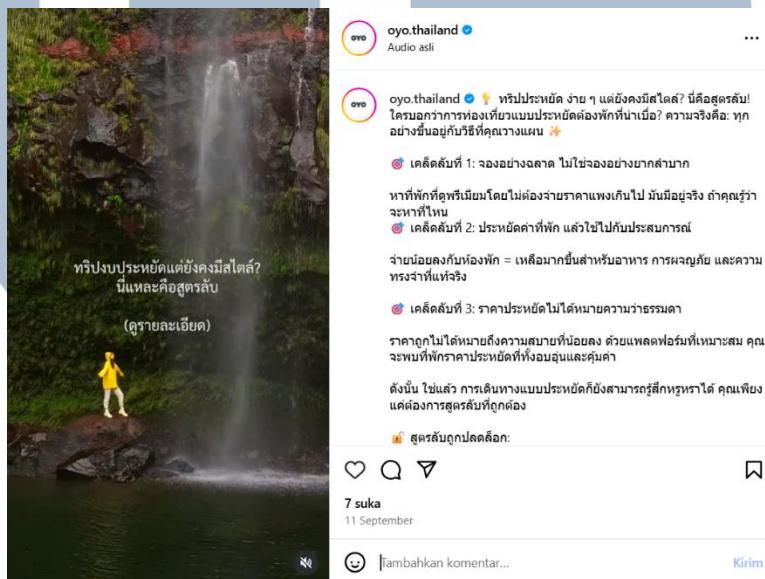
Dari segi format, Wawasan Bepergian umumnya diproduksi dalam bentuk *feed* atau *carousel* karena cocok untuk menyampaikan informasi visual maupun teks secara ringkas dan terstruktur. Namun, ada juga yang dibuat dalam format *reel*, terutama ketika konten membutuhkan alur yang lebih dinamis atau menampilkan suasana kota dan pengalaman perjalanan. Dalam produksinya, konten ini kerap memanfaatkan *stock footage* dari Envato yang dipadukan dengan *copy* sederhana namun informatif, sehingga audiens tetap terlibat tanpa merasa dibebani informasi yang berat.



Gambar 3.19: Contoh Konten Wawasan Perjalanan (*Carousel*)

Sumber: Instagram OYO Vietnam (2025)

Salah satu contoh konten dalam format visual statis, khususnya carousel, adalah konten berjudul “*The Legendary Monument of [Name of Country]*”. Konten ini menyoroti monumen legendaris di suatu negara dengan menghadirkan visual sederhana yang dipadukan dengan *copy* singkat namun tetap menarik untuk audiens. Selain menyajikan informasi yang edukatif, konten ini juga dikombinasikan dengan Promosi Properti, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai penambah wawasan, tetapi juga menjadi sarana pemasaran yang efektif bagi OYO.



Gambar 3.20: Contoh Konten Wawasan Perjalanan (*Reel*)

Sumber: Instagram OYO Thailand (2025)

Dalam format *reel*, salah satu contoh kontennya adalah “*Budget Travel Tips*”. Konten ini menyajikan kiat-kiat untuk melakukan perjalanan yang lebih hemat namun tetap menyenangkan. Visualnya menggunakan *stock footage* dari Envato yang dipadukan dengan *copy* singkat di layar untuk menarik perhatian, sementara detail tip dituliskan lebih lengkap di bagian *caption*. Pendekatan ini terinspirasi dari gaya *feature article* dalam ranah *public relations*, namun kemudian diadaptasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan tema media sosial OYO. Proses penulisan *caption* dilakukan dengan merujuk pada berbagai referensi cara liburan hemat yang tersedia di

internet, sehingga konten tetap relevan sekaligus bermanfaat bagi audiens. Sebagai penutup, *caption* juga selalu menyertakan *call to action* yang mengaitkan tip tersebut dengan pengalaman menginap di OYO, sehingga tetap menyentuh aspek pemasaran perusahaan.

Setelah seluruh konten dari berbagai kategori selesai diproduksi dan diunggah ke akun media sosial, tahap terakhir yang dilakukan adalah proses pendataan dan dokumentasi. Setiap tautan unggahan dimasukkan ke dalam tabel Excel khusus yang berfungsi sebagai arsip resmi. Tabel ini bukan hanya menjadi bukti bahwa konten telah tayang, tetapi juga memudahkan tim dalam melakukan *tracking*, serta menjaga kerapian dokumentasi konten dari waktu ke waktu. Dengan adanya pendataan yang terstruktur ini, alur kerja menjadi lebih rapi dan meminimalisir risiko konten terlewat atau tidak tercatat.

Di bawah ini, terlampir pula tabel yang mencakup seluruh uraian pelaksanaan kerja mahasiswa magang dengan durasi 640 jam kerja. Tabel tersebut disusun untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai aktivitas dan tanggung jawab yang dijalankan mahasiswa magang selama pelaksanaan magang, mulai dari proses ideasi, produksi konten, koordinasi dengan tim, hingga evaluasi hasil kerja yang dilakukan secara rutin.

Hari ke	Tanggal	Pekerjaan
Pekan ke-1		
1	23-07-2025	<ul style="list-style-type: none">- Menyusun <i>content planning</i> untuk media sosial Instagram OYO RoSea (untuk hari ini Filipina) periode 28 Juli - 31 Agustus.
2	24-07-2025	<ul style="list-style-type: none">- Merampungkan <i>content planning</i> untuk media sosial Instagram OYO RoSea (untuk hari ini Thailand & Vietnam).- Kurasi foto dan menulis <i>caption</i> untuk unggahan promosi properti di Filipina.- Menyunting 1 video berformat <i>Reel</i> untuk Instagram OYO Filipina.
3	25-07-2025	<ul style="list-style-type: none">- Menulis <i>caption</i> untuk konten yang hendak diunggah pada akhir pekan.- Melakukan <i>shooting</i> untuk <i>footage</i> konten <i>Reel</i> 3 pekan pertama bulan Agustus.

		<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
Pekan ke-2		
4	28-07-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menyunting video serta menulis <i>copy</i> dan <i>caption</i> untuk promosi salah satu properti di Filipina.
5	29-07-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menyesuaikan ulang format tabel <i>content planning</i> berdasarkan format yang diberikan oleh departemen.
6	30-07-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Melakukan riset berkaitan konser-konser yang kelak akan diselenggarakan di negara-negara terkait.
7	31-07-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Melakukan asistensi <i>online</i> penerjemahan untuk konten dengan pihak dari Vietnam. - Kurasi ulang ide-ide di <i>content planning</i>, dan mengganti ide konten yang dirasa kurang cocok dengan yang baru. - Mendaftar konten-konten mana saja yang butuh dilakukan pengambilan gambar.
8	01-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Melakukan riset berkaitan konser-konser yang kelak akan diselenggarakan di negara-negara terkait. - Melakukan asistensi <i>online</i> penerjemahan untuk konten dengan pihak dari Vietnam. - Melakukan <i>shooting</i> untuk <i>footage</i> konten <i>Reel</i> 2 pekan terakhir bulan Agustus.
Pekan ke-3		
9	04-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
10	05-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.

		<ul style="list-style-type: none"> - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Melakukan revisi akan salah satu konten pada <i>content planning</i>.
11	06-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menerjemahkan konten-konten yang belum diterjemahkan ke bahasa Thailand dan Vietnam.
12	07-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan riset pencarian tanggal-tanggal dan acara-acara spesial di negara-negara terkait dalam periode bulan September. - Mencari referensi dan mencilic <i>content planning</i> untuk bulan September. - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
13	08-08-25	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Melakukan revisi akan penjadwalan pengunggahan konten pada <i>content planning</i>. - Mendaftar ide-ide konten yang memerlukan pengambilan gambar.
Pekan ke-4		
14	11-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menerjemahkan <i>copy</i> konten dari OYO RoSEA untuk OYO LatAm.
15	12-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting konten video yang secara spesifik dibuat untuk mempromosikan daerah Pampanga, Filipina. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menyesuaikan ulang <i>content planning</i> dengan permintaan pihak dari OYO Filipina.
16	13-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menyunting konten video yang secara spesifik dibuat untuk mempromosikan daerah Pampanga, Filipina. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
17	14-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting konten video yang secara spesifik dibuat untuk mempromosikan daerah Pampanga, Filipina. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina. - Berkontribusi pada pembuatan konten tentang Hari Kemerdekaan Indonesia dan Malaysia sebagai <i>talent</i>.

18	15-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menambahkan ide-ide konten pada <i>content planning</i> bulan September.
Pekan ke-5		
19	18-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
20	19-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam, serta di Facebook OYO Mexico dan Brazil. - Menambahkan ide konten di <i>content planning</i> bulan September.
21	20-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam, serta di Facebook OYO Mexico dan Brazil. - Menambahkan ide konten di <i>content planning</i> bulan September. - Mendaftar konten-konten mana saja yang butuh dilakukan pengambilan gambar.
22	21-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menggambar <i>Storyboard</i> sebagai referensi pengambilan konten. - Menyunting video, menulis <i>caption/copy</i>, dan mengunggah konten promosi properti eksklusif untuk Collection O To The Sea Resort Thailand. - Menulis <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
23	22-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam, serta di Facebook OYO Mexico dan Brazil. - Menyunting video, menulis <i>caption/copy</i>, dan mengunggah konten promosi properti eksklusif untuk Collection O To The Sea Resort Thailand.
Pekan ke-6		
24	25-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam, serta di Facebook OYO Mexico dan Brazil. - Menyunting video, menulis <i>caption/copy</i>, dan mengunggah konten promosi properti eksklusif untuk Collection O To The Sea Resort Thailand.

25	26-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Merampungkan <i>content planning</i> OYO LaTam periode September. - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
26	27-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Merevisi format konten-konten yang berbasis acara konser. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
27	28-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
28	29-08-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
Pekan ke-7		
29	01-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
30	02-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
31	03-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
32	04-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.

Pekan ke-8		
33	08-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menyunting video, menulis <i>caption/copy</i>, dan mengunggah konten promosi properti eksklusif untuk Collection O To The Sea Resort Thailand.
34	09-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
35	10-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
36	11-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
37	12-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Berkontribusi pada sentralisasi email Instagram OYO RoSea dan LatAm.
Pekan ke-9		
38	15-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam. - Menyunting video, menulis <i>caption/copy</i>, dan mengunggah konten promosi properti eksklusif untuk Collection O To The Sea Resort Thailand.

		<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan riset pencarian tanggal-tanggal dan acara-acara spesial di negara-negara terkait dalam periode bulan Oktober.
39	16-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari referensi konten dan mencicil <i>content planning calendar</i> bulan Oktober. - Memberikan <i>brief</i> ide konten yang diperlukan syuting kepada tim <i>creative</i>.
40	17-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>shot list</i> untuk pengambilan gambar. - Melakukan pengambilan gambar untuk konten.
41	18-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
41	19-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
Pekan ke-10		
42	22-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil.
43	23-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari referensi konten dan mencicil <i>content planning calendar</i> bulan Oktober. - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
44	24-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari referensi konten dan mencicil <i>content planning calendar</i> bulan Oktober. - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
45	25-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Thailand.

46	26-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari referensi konten dan mencicil <i>content planning calendar</i> bulan Oktober. - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Thailand. - Merampungkan kalender <i>content planning</i> untuk bulan Oktober.
Pekan ke -11		
47	29-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Menyunting video, menulis <i>caption/copy</i>, dan mengunggah konten promosi properti eksklusif untuk Collection O To The Sea Resort Thailand.
48	30-09-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Revisi konten kalender periode bulan Oktober.
49	01-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico.
50	02-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Berpartisipasi dalam proses produksi konten untuk Departemen <i>Sales</i>.
51	03-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Mengembangkan ide untuk konten promosi properti Collection O To The Sea Resort selanjutnya.

		<ul style="list-style-type: none"> - Merevisi konten kalender.
Pekan ke-12		
52	06-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Mencicil produksi konten Promosi Properti Collection O To The Sea Resort Thailand.
53	07-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Menyunting video, menulis <i>caption/copy</i>, dan mengunggah konten promosi properti eksklusif untuk Collection O To The Sea Resort Thailand.
54	08-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Mengganti ide konten di kalender konten OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico.
55	09-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico.
56	10-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Mencicil produksi konten Promosi Properti Collection O To The Sea Resort Thailand.
Pekan ke-13		
57	13-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico. - Membuat <i>shot list</i> untuk syuting konten tanggal 14 Oktober.

		<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video, menulis <i>caption/copy</i>, dan mengunggah konten promosi properti eksklusif untuk Collection O Metro Manila.
58	14-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Take Content</i>. - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Brazil, dan Mexico.
59	15-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
60	16-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
61	17-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
Pekan ke-14		
62	20-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
63	21-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video dan menulis <i>copy</i> serta <i>caption</i> untuk konten <i>Reel</i> Instagram & Facebook OYO Filipina, Thailand, Vietnam, Mexico, dan Brazil. - Mengunggah konten di Instagram dan Facebook OYO Filipina, Thailand, dan Vietnam.
64	22-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video, menulis <i>copy</i> & <i>caption</i> untuk konten. Lalu, mengunggah konten di Instagram dan Facebook.
65	23-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video, menulis <i>copy</i> & <i>caption</i> untuk konten. Lalu, mengunggah konten di Instagram dan Facebook.

66	24-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting video, menulis <i>copy & caption</i> untuk konten. Lalu, mengunggah konten di Instagram dan Facebook.
Pekan ke-15		
67	27-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten. - Riset acara-acara di Pampanga periode November. - Cicil kalender konten.
68	28-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten. - Menyelesaikan kalender konten November.
69	29-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten. - Cicil kalender konten Desember.
70	30-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten. - Membuat <i>shot list</i> untuk pengambilan konten.
71	31-10-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten.
Pekan ke-16		
72	3-11-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten.
73	4-11-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten. - Mencicil produksi konten Promosi Properti Collection O To The Sea Resort Thailand.
74	5-11-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten. - <i>Pitching</i> Pengambilan video konten.
75	6-11-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten.
76	7-11-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten.
Pekan ke-17		
77	10-11-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten. - <i>Take content</i>.
78	11-11-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten.
79	12-11-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyunting dan mengunggah konten. - Mengisi kalender konten.

80	13-11-2025	- Menyunting dan mengunggah konten.
81	14-11-2025	- Menyunting dan mengunggah konten.

Tabel 3.4: Uraian Pelaksanaan Kerja Magang Per Hari Selama Sebulan

Sumber: Data Olahan Mahasiswa Magang 2025

Melalui tabel terlampir, dapat diketahui bahwa rutinitas mahasiswa magang dari hari ke hari memiliki pola kegiatan yang relatif serupa. Hal ini sejalan dengan lingkup tanggung jawab yang ditanggung oleh mahasiswa magang sebagai *Social Media Intern*, sesuai dengan kesepakatan kerja yang telah ditetapkan sejak awal. Rutinitas tersebut mencakup berbagai kegiatan seperti riset ide, proses kreatif visual, hingga koordinasi dengan tim dalam memastikan kelancaran produksi dan publikasi konten.

3.3. Penerapan Konsep Teori dalam Tugas Kerja Magang

Berdasarkan yang telah dipaparkan, mahasiswa magang, yang berperan sebagai *Social Media Intern* di PT. OYO Rooms Indonesia, memiliki tanggung jawab utama mengembangkan, mengeksekusi, dan mendata konten media sosial dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek dan mendukung performa penjualan. Dengan hasil akhir berupa konten-konten menghibur maupun informatif, baik tentang OYO secara khusus maupun konteks wisata, maka proses kerja ini dapat dilihat dari kacamata *Social Media Stickiness* dalam karya *Social Media Stickiness in the Z Generation: A Study Based on the Uses and Gratifications Theory* dari Hoque dan Hussain (2023).

Bagaimana sebuah platform atau konten mampu membuat audiens betah untuk terus berinteraksi dan kembali mengaksesnya. Konsep *Stickiness* ini berasal dari gagasan bahwa pengguna tidak hanya datang sekali, tetapi memiliki kecenderungan akan tinggal lebih lama (*Stay*) dan kembali lagi (*Return*) bila ada nilai tertentu yang mereka peroleh. Dalam kajian Hoque dan Hossain (2023), *Stickiness* diadaptasi dari kerangka *Uses and Gratifications Theory*

(U&G) yang menekankan bahwa pengguna media aktif memilih media sosial untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka.

Faktor-faktor utama yang memengaruhi *Stickiness* meliputi *Entertainment*, yaitu kebutuhan untuk hiburan yang cepat dan sesuai dengan preferensi; *Information Seeking*, yaitu dorongan mencari informasi yang relevan dan bermanfaat; *Convenience*, yaitu kemudahan dalam mengakses layanan atau konten; serta *Social Interaction*, yaitu keinginan pengguna untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Ketika faktor-faktor ini terpenuhi, pengguna lebih cenderung merasa puas, bertahan lebih lama di platform, dan termotivasi untuk kembali mengaksesnya di lain waktu.

Dalam konteks konten OYO, penerapan teori *Social Media Stickiness* sangat relevan apabila dilihat melalui enam kategori konten utama. Dengan mengombinasikan enam kategori tersebut, OYO mampu menciptakan *Stickiness* yang tinggi, sehingga audiens tidak hanya tertarik untuk terus mengikuti konten, tetapi juga terdorong untuk melakukan pemesanan. Berikut pembahasan sistematis mengenai masing-masing aspek *Social Media Stickiness* dan keterkaitannya dengan kategori konten OYO:

1. Hiburan (*Entertainment*)

Aspek hiburan berfungsi untuk menjaga minat audiens agar tetap terikat dengan konten. Pada OYO, hal ini tercermin melalui Sketsa Pendek, yang menghadirkan drama ringan, komedi, dan gimik dengan tema yang dekat dengan keseharian audiens, seperti rutinitas liburan atau aktivitas mahasiswa. Selain itu, Konten Berdasarkan Tren juga masuk dalam ranah hiburan karena memanfaatkan format yang sedang viral, baik dari sisi musik, visual, maupun gaya video. Dengan cara ini, OYO berhasil memberikan nilai hiburan yang membuat audiens betah untuk kembali mengonsumsi konten mereka.

2. Pencarian Informasi (*Information Seeking*)

Banyak audiens media sosial yang mencari informasi praktis dan bermanfaat. Konten Wawasan Bepergian menjadi kategori utama untuk memenuhi kebutuhan ini, karena menghadirkan wawasan tentang destinasi wisata, kuliner khas, hingga tip perjalanan yang relevan bagi audiens. Konten Berdasarkan Acara juga memenuhi fungsi serupa dengan menginformasikan momen penting, konser, maupun perayaan lokal di negara tertentu. Kedua kategori ini menjadikan media sosial OYO tidak hanya sarana hiburan, tetapi juga sumber informasi bernilai yang dapat membantu audiens dalam merencanakan perjalanan.

3. Kemudahan (*Convenience*)

Aspek kemudahan berkaitan dengan bagaimana konten memfasilitasi audiens dalam mengambil keputusan. Konten Promosi Properti sangat relevan di sini karena menyajikan informasi langsung tentang properti yang dipromosikan, lengkap dengan daya tarik visual dan lokasinya. Konten Promosi Penjualan juga mendukung aspek ini melalui penyajian promo eksklusif, seperti diskon di tanggal-tanggal kembar, yang memberikan audiens alasan praktis untuk segera melakukan pemesanan. Dengan demikian, kategori ini berperan langsung dalam mempercepat proses konversi.

4. Interaksi Sosial (*Social Interaction*)

Media sosial adalah ruang interaksi, dan OYO memanfaatkan aspek ini melalui Konten Berdasarkan Acara, yang menautkan promosi properti dengan momentum sosial, seperti konser atau hari raya, sehingga audiens merasa terhubung dengan pengalaman kolektif tersebut. Beberapa Sketsa Pendek juga mendorong percakapan karena membahas situasi yang *relatable* dan mengundang komentar, berbagi pengalaman, atau bahkan perdebatan ringan. Dengan demikian, aspek ini memungkinkan OYO memperkuat *engagement* dan menciptakan rasa kebersamaan audiens yang

diwujudkan melalui nilai kesamaan sosial antar sesama audiens dan komunikasi pesan dari mahasiswa magang selaku produsen dan distributor konten kepada para konsumen konten.

Aspek Social Media <i>Stickiness</i>	Relevansi Kategori Konten OYO
Hiburan (<i>Entertainment</i>)	1. Sketsa Pendek 2. Berdasarkan Tren
Pencarian Informasi (<i>Information Seeking</i>)	1. Wawasan Bepergian 2. Berdasarkan Acara
Kemudahan (<i>Convenience</i>)	1. Promosi Properti 2. Promosi Penjualan
Interaksi Sosial (<i>Social Interaction</i>)	1. Berdasarkan Acara 2. Sketsa Pendek

Tabel 3.5: Relevansi Kategori Konten OYO dengan Aspek

Social Media Stickiness

Sumber: Data Olahan Mahasiswa Magang 2025

Dengan demikian, keenam kategori konten yang dikembangkan oleh Departemen *Brand* OYO memiliki relevansi yang kuat terhadap empat aspek utama dalam *Social Media Stickiness*. Setiap kategori memiliki fungsi dan perannya masing-masing dalam menjaga perhatian serta keterikatan audiens. Kombinasi keseluruhan aspek ini menciptakan pengalaman menyeluruh yang tidak hanya menarik dan relevan, tetapi juga membuat audiens berpotensi bertahan lebih lama di media sosial OYO, sehingga memungkinkan memperkuat loyalitas serta potensi konversi ke pembelian aktual.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4. Refleksi Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang di OYO memberikan pengalaman yang sangat berharga, terutama dalam memahami dinamika kerja di dunia industri akomodasi penginapan dan pemasaran digital. Di bawah Departemen *Brand*, mahasiswa magang, tidak hanya belajar tentang aspek teknis seperti perencanaan konten, proses produksi, dan strategi media sosial, tetapi juga memahami pentingnya komunikasi merek yang konsisten di lintas negara dan budaya. Hal ini memperluas wawasan mahasiswa magang mengenai bagaimana sebuah merek global seperti OYO membangun citra dan kehadirannya di dunia maya.

Melalui proses ideasi, penyuntingan, dan publikasi konten, mahasiswa magang belajar bagaimana kreativitas harus berjalan berdampingan dengan *brand guidelines* perusahaan. Tantangan seperti menyesuaikan gaya komunikasi untuk audiens di berbagai negara serta beradaptasi dengan tren yang terus berubah membuat mahasiswa magang lebih adaptif, teliti, dan terbiasa berpikir kritis dalam mengambil keputusan.

Selain keterampilan teknis, magang ini juga melatih kemampuan interpersonal mahasiswa magang, seperti berkoordinasi dengan rekan satu departemen, menerima masukan dari supervisi, serta mengelola waktu agar setiap proyek dapat selesai tepat jadwal. Mahasiswa magang juga menyadari pentingnya tanggung jawab dan kedisiplinan, terutama karena setiap konten yang dihasilkan mewakili citra perusahaan secara langsung di mata publik.

Secara keseluruhan, magang di OYO bukan hanya memberi mahasiswa magang bekal profesional, tetapi juga membentuk karakter kerja yang lebih matang dan profesional. Pengalaman ini menjadi fondasi penting bagi karier mahasiswa magang ke depan, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran dan manajemen konten digital.

MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.5. Kendala Utama

Salah satu kendala utama yang dihadapi selama masa magang adalah proses pengajuan terjemahan kepada pihak OYO luar negeri dari negara-negara terkait yang berjalan cukup lambat. Proses ini kerap menunda tahap pengunggahan konten dan mengganggu ketepatan jadwal yang telah disusun dalam kalender konten bulanan. Mengingat bahwa setiap konten harus melalui persetujuan dan adaptasi bahasa sebelum dipublikasikan di negara tujuan, keterlambatan ini menjadi tantangan yang memengaruhi efisiensi kerja secara keseluruhan. Situasi tersebut mendorong mahasiswa magang untuk belajar bersabar, mengantisipasi hambatan lintas komunikasi global, dan menyesuaikan rima kerja agar tetap produktif meski terdapat kendala eksternal.

Selain itu, tantangan lain muncul pada tahap ideasi konten. Kebutuhan untuk terus menghadirkan ide baru yang menarik, relevan, dan sejalan dengan panduan merek OYO menuntut tingkat kreativitas dan ketelitian yang tinggi. Kondisi ini terkadang menimbulkan tekanan tersendiri, terutama saat ide harus segera dikeluarkan agar jadwal kalender konten tetap konsisten. Meski demikian, pengalaman tersebut menjadi pembelajaran berharga dalam mengasah kemampuan berpikir cepat, berkolaborasi secara efektif, serta mengelola kreativitas di bawah batas waktu yang ketat.

Terakhir, bagi mahasiswa magang, kendala utama yang dirasakan sejak awal adalah keterbatasan sumber daya berupa aset foto dan video properti. Kondisi ini menuntut mahasiswa magang untuk tetap menghasilkan konten yang menarik dan sesuai standar merek, meskipun hanya mengandalkan bahan visual yang seadanya dari arsip perusahaan. Tantangan tersebut secara tidak langsung mendorong pengembangan kreativitas dan kemampuan improvisasi dalam mengolah aset yang terbatas menjadi materi promosi yang tetap bernilai dan estetis.

3.6. Solusi

Untuk mengatasi permasalahan keterlambatan proses terjemahan dengan pihak OYO luar negeri, langkah yang diambil adalah membuat *prompt* kecerdasan buatan (AI) khusus di bawah supervisi departemen. *Prompt* ini dirancang agar mampu menghasilkan hasil terjemahan yang konsisten, akurat, dan tetap mempertahankan gaya komunikasi khas OYO. Dengan adanya sistem ini, proses translasi menjadi lebih efisien tanpa harus sepenuhnya bergantung pada pihak eksternal, sehingga tahapan unggahan konten dapat kembali selaras dengan kalender publikasi yang telah direncanakan.

Sementara itu, untuk permasalahan ideasi konten yang menuntut kreativitas tinggi, solusi yang diterapkan adalah dengan mengubah pendekatan kerja agar lebih fleksibel dan tidak terlalu menekan diri sendiri. Alih-alih memaksakan ide dalam waktu singkat, mahasiswa magang memilih untuk membiarkan inspirasi datang secara alami melalui observasi tren, interaksi sosial, atau pengalaman sehari-hari. Pendekatan ini terbukti membantu menjaga kestabilan emosi dan kualitas ide, sehingga hasil konten yang diproduksi tetap segar, relevan, dan sesuai dengan identitas merek OYO.

Terakhir, kendala berupa keterbatasan sumber daya aset foto dan video properti yang tersedia di arsip perusahaan. Untuk mengatasi hal tersebut, solusi yang diterapkan adalah dengan mencari konsep konten yang baru dan menggugah, serta mengombinasikan kemampuan penyuntingan visual dengan ideasi kreatif. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya konten yang tetap menarik dan relevan dengan karakter OYO, meskipun dibuat dari bahan yang terbatas.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA