

RINGKASAN

Upaya Promosi Dalam Program Undian Keliru Melalui Media Sosial Instagram Untuk Jawa Timur Park Group, Farah Lailatul Yustikawati, F41220871, Tahun 2025, Program Studi Destinasi Pariwisata, Jurusan Bahasa, Komunikasi dan Pariwisata, Politeknik Negeri Jember. Pembimbing: Ibu Milawaty, S.Hum., M.Hum (Dosen Pembimbing) dan Yokka Rhismadora (Pembimbing Lapangan).

Laporan magang ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik atas pelaksanaan kegiatan magang di divisi Marketing Central & Public Relations, Jawa Timur Park Group, yang dilaksanakan selama lima bulan, mulai 1 Juli hingga 30 November 2025. Kegiatan ini berfokus pada upaya promosi dalam Program Undian Berhadiah KELIRU (Kejutan Liburan Seru) melalui media sosial Instagram sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan brand awareness dan loyalitas pengunjung terhadap destinasi wisata yang dikelola oleh Jawa Timur Park Group.

Program KELIRU merupakan inovasi promosi interaktif berbasis digital yang dirancang untuk menjangkau audiens secara luas melalui kombinasi konten visual yang menarik, mekanisme undian transparan, dan interaksi langsung dengan pengunjung melalui fitur-fitur media sosial. Selama kegiatan magang, penulis terlibat secara aktif dalam berbagai aktivitas, antara lain monitoring program di seluruh unit theme park, pembuatan dan publikasi konten promosi, pengelolaan komunikasi dengan audiens melalui kolom komentar dan pesan langsung (direct message), serta pelaksanaan kegiatan live pengundian secara daring melalui platform Instagram dan TikTok.

Hasil pelaksanaan magang menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, terbukti efektif dalam mendukung strategi promosi destinasi wisata. Pemanfaatan konten visual yang konsisten, penggunaan fitur interaktif, serta komunikasi yang responsif mampu meningkatkan partisipasi dan kepercayaan audiens terhadap program. Selain itu, kegiatan magang ini memberikan

pengalaman empiris bagi penulis dalam menerapkan teori pemasaran destinasi dan komunikasi pariwisata ke dalam praktik profesional di dunia industri.

Secara keseluruhan, kegiatan magang ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan kompetensi mahasiswa di bidang pemasaran pariwisata digital, serta memperkuat kolaborasi antara dunia akademik dan industri dalam mencetak sumber daya manusia yang adaptif terhadap perkembangan teknologi promosi berbasis media sosial.

Melalui laporan ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat berupa dokumentasi pengalaman dan pembelajaran yang dapat berguna bagi Jawa Timur Park Group dalam mengembangkan program promosi selanjutnya, bagi Program Studi Destinasi Pariwisata dalam menyempurnakan program magang, dan bagi mahasiswa junior sebagai bahan referensi dalam mempersiapkan magang mereka.