

RINGKASAN

Penggunaan Fitur Tiktok Live Dalam Meningkatkan Brand Image Pada PT.Wowin Purnomo Putera Trenggalek, Dwi Putri Zulaikha, NIM D43222158, Tahun 2025, Manajemen pemasaran Internasional, Politeknik Negeri Jember, Bapak Dr. Ardhitya Alam Wiguna, S.E., M.M (Pembimbing)

Magang merupakan program wajib bagi mahasiswa Politeknik Negeri Jember yang dilaksanakan pada semester 7 dengan 20 SKS atau setara dengan 900 jam kegiatan yang dibagi 30 jam kegiatan pra magang, 800 jam kegiatan magang, dan 70 jam pasca magang. Progrsm magang ini bertujuan untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan serta keterampilan yang telah di pelajari selama perkuliahan ke dunia industri sesuai dengan keahliannya. Magang juga diharapkan mampu memberikan pengalaman dan pengetahuan baru yang tidak di peroleh di perkuliahan. PT.Wowin Purnomo putera (Wowinfood) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kecap manis dan saos yang berlokasi di Jl.Raya km 07, Duwet Ngetal, Kecamatan Pogalan,Kabupaten Trenggalek,Jawa Timur. Perusahaan ini mengolah bahan baku berupa biji kedelai dan gula merah menjadi produk siap saji dengan beberapa varian yang sesuai dengan tingkat kualitasnya yakni Kecap Manis Wowin dengan kualitas tertinggi, diikuti oleh Kecap Manis Rajaku sebagai produk tingkat menengah,dan Kecap Manis Jangkar dengan produk tingkat bawah.

Media sosial memiliki peran penting dalam kegiatan bisnis karena dapat ddimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan dengan jangkauan yang lebih luas,dengan media sosial pelaku usaha dapat menyampaikan informasi mengenai produk kepada calon konsumen dengan lebih mudah dan cepat. PT.Wowin Purnomo Putera Trenggalek memanfaatkan media sosiial TikTok dengan menggunakan salah satu fiturnya yakni TikTok Live sebagai media promosi serta untuk mendongkrak penjualan dengan nama akun @WOWINFOOD. Namun ada beberapa kendala terkait dengan pelaksanaannya yang dapat mempengaruhi para penontonnya atau para calon pembeli kurang tertarik untuk menonton siaran langsung yakni Faktor *Man* (Manusia), *Material*

(Bahan), Environmet (Lingkungan), dan *Machine* (Mesin).

Faktor manusia meliputi kurangnya tenaga kerja dibidang marketing dan kurangnya fasilitas untuk live juga menjadi hambatan pada faktor bahan.Faktor lingkungan yaitu persaingan yang cukup tinggi dengan brand lain serta faktor mesin yaitu jaringan internet yang kurang stabil sehingga dapat menghambat ketika kegiatan live berlangsung.

