

BAB. 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perjalanan ibadah mengalami pergeseran ke ranah digital untuk mengikuti kebutuhan perkembangan teknologi yang terus berkembang. Banyak calon jamaah mencari informasi layanan umrah, perbandingan paket, dan reputasi penyedia melalui media sosial. Kondisi ini menuntut EL-AQSHO sebagai penyedia layanan umrah untuk hadir secara aktif di platform digital agar tetap relevan di tengah pola pencarian informasi yang semakin berorientasi pada media sosial.

Media sosial bukan sekadar tempat promosi. Konten visual dan interaktif bisa membangun citra positif dan memancing minat audiens. Penelitian pada sektor wisata menunjukkan konten visual dan komunikasi digital meningkatkan minat kunjungan (Doahir dkk., 2024). Konten menarik mendorong engagement seperti like, share, komentar, dan save — indikator penting dalam pemasaran digital (Vatian & Mustikasari, 2023).

Konten yang direncanakan dengan baik (content plan) penting untuk menjaga konsistensi dan relevansi. Studi pada UKM pariwisata menemukan bahwa strategi perencanaan konten media sosial meningkatkan daya saing dan kinerja pemasaran (Sadewo dkk., 2024). Tanpa rencana, konten bisa kacau — jadwal posting tak konsisten, pesan tidak sesuai target audiens, dan kesempatan konversi lewat media sosial hilang.

Desain visual dan konten interaktif penting untuk mempengaruhi keputusan wisatawan. Penelitian pada layanan wisata di kawasan Bromo menunjukkan bahwa konten visual di media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa wisata (Kowiyanto dkk., 2025). Oleh karena itu, PT. Elaqsho Indah Wisata perlu menerapkan strategi serupa karena calon jamaah umrah semakin banyak mencari referensi dan melakukan penilaian awal melalui media sosial. Konten yang terstruktur dan desain visual yang konsisten berperan dalam membentuk persepsi terhadap kredibilitas penyedia layanan. Penyajian informasi yang jelas memungkinkan calon jamaah memahami layanan tanpa hambatan. Visual yang dirancang dengan baik memperkuat citra profesional. Interaksi yang

aktif pada media sosial juga mendorong calon jamaah merasa lebih yakin dalam mempertimbangkan layanan. Banyak penyedia travel telah memanfaatkan strategi digital ini sehingga EL-Aqsho perlu beradaptasi agar tetap kompetitif.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum Magang/PKL

Tujuan utama dari magang adalah sebagai jembatan antara dunia pendidikan dengan dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang/PKL

Membantu EL-AQSHO sebagai usaha travel umroh meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Kegiatan magang berfokus pada penyusunan content plan yang teratur, pembuatan desain visual interaktif, dan penyesuaian strategi konten agar sesuai kebutuhan calon jamaah. Pendekatan ini memberi EL-AQSHO dasar yang lebih kuat untuk menarik minat, membangun kepercayaan, dan memperbaiki kinerja promosi pada media sosial.

1.2.3 Manfaat Magang

a. Bagi Mahasiswa

Melatih kemampuan merancang strategi konten, mengembangkan keterampilan pengelolaan media sosial, serta meningkatkan kompetensi dalam produksi dan evaluasi materi visual yang sesuai kebutuhan perusahaan. Pengalaman ini juga membantu mahasiswa untuk memahami alur kerja kreatif secara profesional dan menyesuaikan konten dengan karakteristik audiens.

b. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi EL-AQSHO muncul melalui peningkatan kualitas pengelolaan media sosial yang semakin profesional. Perusahaan kini memiliki content plan yang lebih terstruktur, sehingga setiap unggahan tidak hanya konsisten tetapi juga selaras dengan momen penting dan kebutuhan audiens. Desain visual menjadi lebih konsisten, menghadirkan identitas brand yang kuat dan mudah dikenali oleh calon jamaah. Selain itu,

komunikasi dengan calon jamaah menjadi lebih jelas dan terarah, membantu mereka memahami informasi penting seputar perjalanan umrah dengan lebih mudah. Secara keseluruhan, pengelolaan media sosial yang lebih baik ini memberikan nilai tambah berupa kepercayaan, kenyamanan, dan kedekatan emosional antara EL-AQSHO dan jamaah, sekaligus memperkuat citra perusahaan sebagai penyelenggara perjalanan ibadah yang terpercaya.

c. Bagi Politeknik Negeri Jember

Kegiatan ini membantu membangun hubungan dengan pihak industri dan memastikan proses pembelajaran semakin selaras dengan kebutuhan serta kondisi nyata di lapangan.

1.3 Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang dilaksanakan di PT. Elaqsho Indah Wisata Bondowoso, beralamat di Graha Pelita Regency No. B16, Tamansari, Bondowoso, Jawa Timur 68216. Waktu pelaksanaan magang dimulai pada bulan Agustus Tanggal 4 2025 - 4 Desember 2025.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada laporan magang ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi observatif. Pendekatan ini melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau subjek penelitian di lingkungan alaminya tanpa manipulasi.

1.4.2 Subjek Penelitian

Penelitian mencakup aktivitas perencanaan konten serta produksi desain grafis dan video yang digunakan EL-AQSHO pada media sosial Instagram, dan TikTok untuk mendukung strategi pemasaran digital perusahaan. Fokus kegiatan meliputi penyusunan konsep konten, pengembangan materi visual, penyesuaian format untuk setiap platform, dan evaluasi kinerja konten dalam mendukung strategi pemasaran digital perusahaan.

1.4.3 Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer berasal dari kegiatan magang yang meliputi observasi langsung, pengalaman kerja sebagai content planner serta desainer grafis dan video, serta interaksi dengan pihak EL-AQSHO dalam proses perencanaan dan produksi konten.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, arsip konten media sosial, literatur akademik, serta referensi terkait pemasaran digital dan pengelolaan media sosial yang mendukung analisis penelitian.

1.4.4 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung dimana pengamatan yang dilakukan tidak terbatas pada perilaku manusia, proses kerja, dan obyek-obyek alam lainnya (Prof. Dr. Sugiyono, 2019). Observasi dalam penelitian ini mencakup penyesuaian tren media sosial serta analisis konten kompetitor untuk mengetahui pola penyajian visual, jenis pesan, dan bentuk interaksi yang menarik perhatian audiens. Hasil observasi ini menjadi dasar dalam menentukan konsep, format, dan arah pengembangan konten yang sesuai dengan kebutuhan EL-AQSHO sebagai travel umroh.