BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat pada era digital saat ini membawa perubahan besar dalam dunia bisnis. Salah satu bentuk perubahan yang paling terasa adalah dalam bidang promosi dan pemasaran. Jika dahulu perusahaan mengandalkan media konvensional seperti brosur, baliho, atau iklan televisi, kini media sosial menjadi salah satu sarana paling efektif dan efisien untuk menjangkau konsumen secara luas. Melalui media sosial, perusahaan dapat berinteraksi langsung dengan target audiens, membangun citra merek, sekaligus meningkatkan penjualan melalui pendekatan digital yang lebih personal. (khair iqbal oki, yani sefty, amukti resa, 2025)

Salah satu platform media sosial yang sedang berkembang pesat adalah TikTok. Aplikasi ini memiliki jutaan pengguna aktif dari berbagai kalangan usia dan latar belakang. TikTok tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga telah menjadi alat penting dalam strategi pemasaran digital. Algoritma TikTok yang unik memungkinkan sebuah konten dapat menjangkau audiens yang jauh lebih luas melalui fitur For You Page (FYP). Fitur ini memberikan peluang besar bagi bisnis untuk memperkenalkan produk atau jasanya dengan cara yang kreatif dan menarik. Dalam konteks industri jasa perjalanan umrah, media sosial memegang peranan penting untuk membangun kepercayaan calon jamaah. Calon jamaah umrah masa kini banyak mencari informasi dan membandingkan layanan melalui platform digital sebelum memutuskan untuk mendaftar. Oleh karena itu, perusahaan di bidang ini perlu beradaptasi dengan tren pemasaran digital agar tetap relevan dan kompetitif. PT. Elaqsho Group Indah Wisata Bondowoso adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan umrah dan terus berupaya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital. (Ardiyono et al., 2024)

Sebelum kegiatan magang dilaksanakan, akun TikTok perusahaan belum dimanfaatkan secara maksimal. Konten yang diunggah cenderung memiliki

engagement rendah, tampilan video kurang menarik, dan belum mengikuti pola algoritma TikTok yang disukai pengguna. Akibatnya, konten jarang masuk ke halaman FYP dan hanya menjangkau audiens terbatas. Selama pelaksanaan magang, penulis menemukan bahwa peningkatan performa akun TikTok sangat bergantung pada strategi pengemasan konten. Beberapa teknik yang terbukti efektif antara lain penggunaan hook yang kuat di awal video, pemilihan sound yang sedang tren, penggunaan hashtag relevan, serta waktu unggah yang tepat sesuai aktivitas audiens. (Nesva & Sakir, 2025)

Dengan menerapkan strategi tersebut secara konsisten, akun TikTok PT. Elaqsho Group mulai mengalami peningkatan dalam jumlah tayangan, interaksi (likes, komentar, dan share), serta jangkauan audiens yang lebih luas dibandingkan sebelumnya. Melalui kegiatan magang ini, penulis berfokus untuk mempelajari dan menerapkan strategi pembuatan konten TikTok agar masuk FYP, sehingga mampu menarik perhatian pengguna, meningkatkan visibilitas akun, serta memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan umrah yang modern dan profesional. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran nyata bagi penulis untuk memahami bagaimana algoritma media sosial bekerja dan bagaimana strategi digital marketing dapat diterapkan secara efektif di dunia kerja.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum MAGANG/PKL

Tujuan yang diharapkan adalah untuk mengoptimalkan pelaksanaan verifikasi koding pra-klaim di unit klaim RS PELNI

1.2.2 Tujuan Khusus MAGANG/PKL

Untuk mengetahui dan menerapkan strategi pembuatan konten TikTok agar dapat masuk FYP melalui penggunaan hook yang menarik, audio tren, serta pengaturan waktu dan format konten yang tepat.

1.2.3 Manfaat Magang

a. Bagi Mahasiswa

menambah keterampilan dalam membuat dan mengelola konten

digital, khususnya dalam pembuatan konten yang menarik di media sosial TikTok.

b. Bagi Perusahaan

Peningkatan engagement dan jangkauan akun Tiktok PT. Elaqshogroup Indah Wisata sebagai media promosi.

c. Bagi Polikteknk Negeri Jember

Memperkuat kerja sama dengan dunia industry dan meningkatkan relevansi pembelajaran denfan praktik nyata di lapangan.

1.3 Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang dilaksanakan di PT. Elaqsho Group 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 hingga Tanggal 4 Desember 2025.

1.4 Metode Pelaksanaan

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. Peneliti bertindak sebagai pengamat yang mengamati fenomena, perilaku, atau proses untuk mendapatkan data yang autentik dan apa adanya.

1.4.2 Jenis Penelitian

Jenis Subjek dalam kegiatan magang ini adalah akun media sosial TikTok PT. Elaqsho Group Indah Wisata Bondowoso beserta aktivitas pengelolaan kontennya. Fokus kegiatan meliputi proses pembuatan, pengunggahan, dan

evaluasi video TikTok yang dilakukan selama pelaksanaan magang.

1.4.3 Sumber Data

a. Sumber Data Primer

   Data Sumber data primer diperoleh secara langsung dari pengalaman dan pengamatan penulis selama melaksanakan magang di PT. Elaqsho Group Indah Wisata Bondowoso. Data ini mencakup hasil observasi, kegiatan pembuatan konten TikTok, serta arahan yang diberikan oleh pembimbing lapang dan staf perusahaan.

b. Sumber Data Sekunder

   Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen dan referensi pendukung seperti profil perusahaan, informasi dari media sosial PT. Elaqsho Group, serta sumber bacaan lain yang relevan dengan pembuatan konten di TikTok.

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 dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengamatan yang berkaitan dengan topik peneliti yakni pelaksanan verifikasi koding internal pra-klaim di unit klaim RS PELNI. Observasi menggunakan alat bantu lembar *checklist* yang berisi aspek 5M (*Man, Machine, Method, Material, Money*).