

ABSTRAK

Nurainah. 220104030197. Analisis Pemasaran Konten Instagram dalam Meningkatkan Minat Umrah (Studi pada Akun Pancar Tour). Skripsi. Pembimbing I Hj. Raden Yani Gusriani, SE., MM. dan Pembimbing II Hj. Jumi Herlita, M.Sc, pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin. 2026.

Kata Kunci: Pemasaran Konten, Instagram, Minat Umrah, NVivo 12 Pro, Syiar Dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran konten Instagram pada akun @pancartour dalam meningkatkan minat umrah. Untuk menganalisis reaksi psikologis audiens, penelitian ini menggabungkan Teori Penggunaan dan Gratifikasi dengan Teori Perbandingan Sosial, yang kemudian diselaraskan dengan konsep Empat Pilar Strategi Media Sosial dari Safko & Brake serta prinsip pemasaran konten berbasis etika Muamalah. Menggunakan metode analisis isi kualitatif, penelitian ini membedah data unggahan selama setahun penuh (Februari 2024–Februari 2025) dengan bantuan *software* NVivo 12 Pro. Proses analisisnya dilakukan secara terstruktur memanfaatkan tiga fitur utama, yaitu *project map*, *hierarchy chart*, dan *word cloud*.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *engagement* tertinggi didominasi oleh dua pilar, yaitu pilar edukasi tentang panduan ibadah praktis bersama ustadz resmi, serta yang kedua pilar hiburan tentang video sinematik yang menyajikan keindahan Tanah Suci. Hal ini diperjelas melalui *hierarchy chart* respons di kolom komentar, yang menunjukkan kedekatan emosional komunitas serta syiar dakwah Mengagungkan Syiar Allah. Selain itu, *word cloud* mempertegas fokus komunikasi keagamaan ini lewat kerapnya pemunculan kata Allah serta istilah ibadah seperti tawaf, shalat, dan ihram.

Secara keseluruhan, pemasaran konten Instagram yang dilakukan pada akun @pancartour terbukti efektif dalam meningkatkan minat umrah. Alih-alih menggunakan gaya jualan langsung yang agresif (*hard-selling*), akun ini memilih menyentuh sisi emosional dan spiritual jemaah melalui pendekatan *soft-selling* yang memadukan konten edukasi ibadah dengan konten hiburan berupa video sinematik keindahan Tanah Suci. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sudut pandang baru yang bermanfaat terkait bagaimana memanfaatkan media sosial secara etis dalam pengelolaan dakwah di era modern.