

**PENERAPAN MEDIA DIGITAL DALAM
PEMASARAN UMROH DI PT AMEERA MEKKAH
MARTAPURA KALIMANTAN SELATAN**

SKRIPSI

OLEH:

**RANA KURNIA
210104030170**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2025 M / 1447 H**



**PENERAPAN MEDIA DIGITAL DALAM
PEMASARAN UMROH DI PT AMEERA MEKKAH
MARTAPURA KALIMANTAN SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Program Studi Manajemen Dakwah

**Oleh
Rana Kurnia
210104030170**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
PRODI MANAJEMEN DAKWAH
2025 M / 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rana Kurnia
NIM : 210104030170
Tempat/Tanggal Lahir : Simpang Empat, 20 Oktober 2003
Jurusan/Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran Umroh di PT Ameera Mekkah Martapura Kalimantan Selatan” adalah benar-benar karya saya, kecuali pada kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya :

Banjarmasin, 25 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,


Rana Kurnia

BUKTI BEBAS PLAGIASI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3257627; Faksimili (0511) 3254344;
Website: www.fdk.uin-antasari.ac.id; E-mail: fdik@uin-antasari.ac.id Ig: [fdkuinantasari](#)

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI

Nomor : 659/Un.14/III.4/PP.00.9/06/2025

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Rana Kurnia
NIM : 210104030170
Program Studi : S1 Manajemen Dakwah

Judul skripsi:

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM PEMASARAN UMROH DI PT AMEERA
MEKKAH MARTAPURA KALIMANTAN SELATAN**

Hasil Uji Plagiasi : 20%

Berdasarkan hasil cek plagiasi dengan menggunakan www.turnitin.com bahwa naskah skripsi ini dinyatakan lulus dan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 01 Juli 2025

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,

Taufiqurrahman ✓

Rana Kurnia

**Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran Umroh di PT
Ameera Mekkah Martapura Kalimantan Selatan**



Quick Submit



Quick Submit



Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Document Details

Submission ID

trn:old::1:3288316986

77 Pages

Submission Date

Jul 1, 2025, 12:11 PM GMT+7

10,717 Words

Download Date

Jul 1, 2025, 1:15 PM GMT+7

70,525 Characters

File Name

RANA_KURNIA.docx

File Size

1.4 MB

20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

- 19%  Internet sources
- 6%  Publications
- 6%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

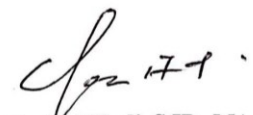
LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran
Umroh di PT Ameera Mekkah Martapura Kalimantan
Selatan
Ditulis Oleh : Rana Kurnia
NIM : 210104030170
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Tahun Akademik : 2025
Alamat : Jln. A Yani Km 76 Desa Batu Balian, Kec. Simpang
Empat, Kab. Banjar 70673

Setelah diteliti dan dilakukan perbaikan, kami menyetujui untuk
dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 25 Juni 2025

Pembimbing I



Syaiful Hadi, S.IP., MA
NIP. 19691205199901001

Pembimbing II



Devi Noviyanti, SE., MM
NIP. 198701252015032003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
Dakwah dan Ilmu Komunikasi



UIN Antasari Banjarmasin
UIN Antasari Banjarmasin, SEL., MSI
NIP. 198909112015032005

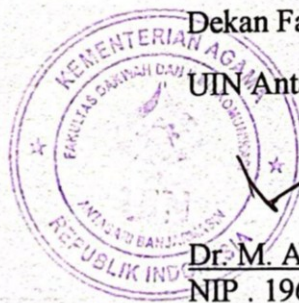
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: **Penerapan Media Digital Dalam Pemasaran Umroh di PT Ameera Mekkah Martapura Kalimantan Selatan** ditulis oleh Rana Kurnia, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Juli 2025

Dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat : 88 (A)



Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

UIN Antasari Banjarmasin

Dr. M. Abduh, M.A

NIP . 196305021992031005

TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Hamidi Ilhami, M.Ag	1.
2. Sri Anafarhanah, SEI., MSI	2.
3. Devi Noviyanti, SE., MM	3.
4. Rahmi Yuningsih Puteri, MM	4.

ABSTRAK

Rana Kurnia 210104030170. *Penerapan Media Digital Dalam Pemasaran Umroh di PT Ameera Mekkah Martapura Kalimantan Selatan*. Pembimbing: Syaipul Hadi, S.IP., MA dan Devi Noviyanti, SE., MM. Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Antasari Banjarmasin 2025.

Kata Kunci: Penerapan, Digital Marketing, Pemasaran

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi yang mendorong pelaku usaha, termasuk biro perjalanan umroh untuk memanfaatkan media digital sebagai strategi promosi yang lebih efektif. Meningkatnya penggunaan media sosial seperti Instagram dan Tiktok membuka peluang baru dalam menjangkau calon jamaah, terutama generasi muda yang aktif secara digital. PT Ameera Mekkah sebagai biro perjalanan ibadah turut menerapkan strategi ini guna meningkatkan jangkauan pasar dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menggambarkan secara deskriptif bagaimana penerapan media digital dijalankan oleh PT Ameera Mekkah serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan media digital dalam pemasaran umroh di PT Ameera Mekkah dan mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat penerapan tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian pimpinan cabang dan tim pemasaran PT Ameera Mekkah. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Ameera Mekkah menggunakan Instagram, Tiktok, dan WhatsApp sebagai media utama promosi digital. Strategi ini dinilai cukup efektif dalam menjangkau calon jamaah dan membangun komunikasi dua arah. Faktor pendukung antara lain biaya promosi murah dan akses informasi yang cepat, sedangkan hambatannya meliputi keterbatasan SDM dalam pengelolaan konten serta kendala jaringan.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(Al Baqarah 286)

KATA PERSEMBAHAN



Dengan penuh bangga, saya persembahkan hasil riset ini kepada:

1. Yang teristimewa kedua orangtua saya, Ayahanda Mansyah dan pintu surgaku Ibunda Hani. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendo'akan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu
2. Kedua kakak laki-laki saya Edy Rahman Setiawan dan Husni Mubarak, S.Pd terima kasih banyak atas dukungan dan motivasi yang diberikan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
3. Kepada keponakan-keponakan tercinta Muhammad Aditya Alfariza dan Muhammad Syamil Mubarak, terima kasih atas kelucuan dan tingkah random yang membuat peneliti semangat dan senang
4. Kepada teman teman seperjuangan di bangku perkuliahan dari semester 1 sampai dengan sekarang yang terus memberikan segala sesuatu yang baik dalam keadaan apapun, terima kasih telah memberikan semangat sehingga membuat motivasi dalam mengerjakan penelitian ini
5. Kepada Ahmad Rifa'i, ST yang selalu ada untuk saya, terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan baik tenaga,

waktu, pikiran dan materi kepada saya. Senantiasa selalu sabar menemani setiap proses yang saya lalui selama ini, mendengarkan keluh kesah peneliti, memberikan dukungan tanpa henti, memberikan semangat, dan selalu meyakinkan saya bahwa saya bisa mencapai impian-impian saya

6. Kepada sang peneliti skripsi ini, diri saya sendiri. Seorang anak bungsu yang beranjak menuju usia 22 tahun. Terima kasih telah hadir di dunia dan bertahan sejauh ini, sudah kuat melewati segala lika liku yang terjadi dan mau berusaha keras meyakinkan diri agar dapat menyelesaikan studi ini. Berbahagialah selalu dimanapun kamu berada. Terima kasih sudah memutuskan untuk terus berusaha dan tidak menyerah, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik.

KATA PENGANTAR



Dengan memanjatkan syukur dan rasa puji kita terhadap Allah SWT, yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya serta sholawat serta salam tidak lupa tercurah kan terhadap junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta kerabat, sahabat, dan pengikut beliau hingga pada akhir zaman, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul: Penerapan Media Digital Dalam Pemasaran Umroh di PT Ameera Mekkah Martapura Kalimantan Selatan.

Peneliti menyadari telah menerima banyak dukungan dan arahan dari berbagai pihak yang telah memberikan segala kontribusi. Dengan demikian peneliti menyampaikan dengan tulus hati ucapan beribu terima kasih yang sebesar-besarnya.

Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyelesaian skripsi saya, terutama kepada beberapa orang luar biasa di belakang layar yakni:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman., MA selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin
2. Bapak Dr. H. M. Abduh, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin
3. Ibu Sri Anafarhanah, SEI., MSI selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin
4. Dosen Pembimbing I Bapak Syaipul Hadi, S.IP. MA yang telah banyak

memberikan bimbingan, dorongan, dan arahan mengenai penyusunan konsep dan materi skripsi ini, sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini

5. Dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Penasehat Akademik Ibu Devi Noviyanti, SE., MM yang dengan penuh kesabaran dalam membimbing, membantu, dan mendorong peneliti hingga sampai pada titik ini
6. Seluruh dosen yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu yang diberikan selama perkuliahan. Kesabaran Bapak Ibu dalam mendidik dan memberikan ilmu untuk kami sangat berguna di masa yang akan datang
7. Para *Civitas Academica* Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan serta pengalaman kepada peneliti
8. Ibu pimpinan PT Ameera Mekkah kantor cabang Kalimantan Selatan, dan tim pemasaran PT Ameera Mekkah yang telah memberikan banyak pengalaman, informasi, arahan, dan motivasi kepada peneliti
9. Teruntuk Mama dan Ayah tercinta, saya mengucapkan terima kasih atas seluruh do'a yang dipanjatkan, usaha yang dilakukan dan pengorbanan yang besar agar memberikan yang terbaik untuk putri bungsumu ini.

Akhir kata, peneliti menyadari tanpa Ridho dan pertolongan dari Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penulisan ini, peneliti ucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT melimpahkan

rahmat dan karunia-Nya kepada mereka dan mencatatnya sebagai kebaikan dan pahala yang berlipat ganda. *Aamiin Yarabbal alamin.*

Banjarbaru, 26 Juni 2025

Peneliti

TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

1.	ا	:	A	16.	ط	:	T h
2.	ب	:	B	17.	ظ	:	Z h
3.	ت	:	T	18.	ع	:	'
4.	ث	:	T's	19.	غ	:	G h
5.	ج	:	J	20.	ف	:	F
6.	ح	:	<u>H</u>	21.	ق	:	Q
7.	خ	:	Kh	22.	ك	:	K
8.	د	:	D	23.	ل	:	L
9.	ذ	:	Dz	24.	م	:	M
10.	ر	:	R	25.	ن	:	N
11.	ز	:	Z	26.	و	:	W
12.	س	:	S	27.	ه	:	H
13.	ش	:	Sy	28.	ء	:	`
14.	ص	:	Sh	29.	ي	:	Y
15.	ض	:	Dh				

Mad dan Diftong :

- | | | | | | | |
|---------------------------|---|-------|----|----|---|----|
| 1. <i>Fathah</i> panjang | : | A / a | 4. | أو | : | Aw |
| 2. <i>Kasrah</i> panjang | : | I / i | 5. | أي | : | Ay |
| 3. <i>Dhammah</i> panjang | : | U / u | | | | |

Catatan:

1. Konsonan yang bersyaddah ditulis dengan rangkap
 - a. Misalnya ; ربنا ditulis *rabbanâ*.
2. Vokal panjang (*mad*);
 - a. Fathah baris di atas ditulis â,
 - b. *kasrah* (baris di bawah) di tulis î, serta
 - c. *dammah* (baris di depan) ditulis dengan û.
Misalnya القارعة ;ditulis *alqâri 'ah*, المساكين ditulis *al-masâkîn*,
المفلحون ditulis *al-muflihûn*
3. Kata Sandang alif + lam (ال)
 - a. Bila diikuti oleh huruf qamariyah ditulis al ,misalnya الكافرون ;
ditulis al- *kâfirûn* .Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf *lam* diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya; الرجال ditulis *ar-rijâl*.
4. Ta 'marbûthah (ة)
 - a. Bila terletak di akhir kalimat, ditulis h, misalnya
البقرة ;ditulis *al baqarah* .
 - b. Bila di tengah kalimat ditulis t, misalnya المال زكاة ;,ditulis
zakât al-mâl, النساء سورة, atau ditulis *sûrat an-Nisâ`*.
5. Penulisan kata dalam kalimat dilakukan menurut tulisannya, misalnya;
 - a. وهو خير اذقين ditulis *wa huwa khair ar-Râziqîn*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	vii
LEMBAR PENGESAHAN	viii
ABSTRAK	ix
MOTTO	x
KATA PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xiii
TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR BAGAN	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Signifikasi Penelitian	5
E. Definisi Operasional.....	5
F. Penelitian Terdahulu.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	13
A. Kajian Teori	13
B. Kerangka Pikir.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan	31
B. Subjek dan Objek Penelitian	31
C. Lokasi Penelitian.....	32
D. Sumber Data.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Analisis Data.....	35
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Penyajian Data	38
1. Data Umum.....	38

2. Hasil Penelitian	52
B. Analisis Data	57
BAB V KESIMPULAN	76
A. Simpulan	76
B. Rekomendasi	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	97

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
TABEL 4. 1 DATA INFORMAN	45
TABEL 4. 2 DAFTAR PAKET UMROH DAN HARGA JUAL DARI PT AMEERA MEKKAH	48
TABEL 4. 3 DATA KEBERANGKATAN JAMAAH UMROH PT AMEERA MEKKAH TAHUN 2024	51
TABEL 4. 4 KANAL DIGITAL MARKETING	65

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
Gambar 4. 1 Letak Georafis PT Ameera Mekkah.....	38
Gambar 4. 2 Tampilan Instagram PT Ameera Mekkah	60
Gambar 4. 3 Tampilan Tiktok PT Ameera Mekkah.....	61
Gambar 4. 4 Dokumentasi Saat Seminar Umroh	63
Gambar 4. 5 Brosur Umroh PT Ameera Mekkah	68

DAFTAR BAGAN

No.	Halaman
Bagan 2. 1 Kerangka Pikir	30
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi PT Ameerah Makkah Travel Cabang Kalimantan Selatan 2025.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	83
Lampiran 2. Dokumentasi.....	86
Lampiran 3. Penetapan Judul dan Pembimbing.....	90
Lampiran 4. Penetapan Waktu Ujian Proposal.....	92
Lampiran 5. Berita Acara.....	93
Lampiran 6. Surat Keterangan Riset.....	95
Lampiran 7. Surat Keterangan Selesai Riset.....	96