

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.