



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
UNTUK MENINGKATKAN MINAT JAMAAH
DI SAHELIA HAJI DAN UMRAH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

**Kunti Pamungkas Sari
(04040422081)**

Dosen Pembimbing I:

Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si
NIP: 197512302003121001

Dosen Pembimbing II:

Prof. Imas Maesaroh, Dip.IM-Lib., M.Lib., Ph.D.
NIP: 196605141992032001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kunti Pamungkas Sari
NIM : 04040422081
Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi berjudul “OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT JAMAAH DI SAHELIA HAJI DAN UMRAH” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 10 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Kunti Pamungkas Sari

04040422081

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Kunti Pamungkas Sari
NIM : 04040422081
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul : Optimalisasi Penggunaan Media Sosial
untuk Meningkatkan Minat Jamaah di
Sahelia Haji dan Umrah

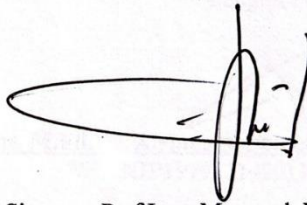
Surabaya, 18 Desember 2025

Dosen Pembimbing I



ad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
(197512302003121001)

Dosen Pembimbing II



Prof. Imas Maesaroh, M.Lib., Ph.D.
(196605141992032001)

PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGESAHAN TIM PENGUJI

OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT JAMAAH DI SAHELIA HAJI DAN UMRAH

Disusun Oleh :
Kunti Pamungkas Sari
04040422081

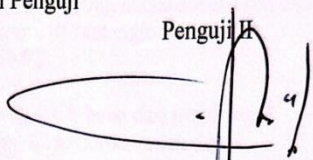
telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 02 Januari 2026

Tim Penguji

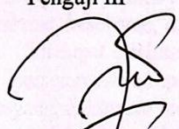
Penguji I


Prof. nad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si
NIP: 197512302003121001

Penguji II


Prof. Imas Maesaroh, M.Lib., Ph.D
NIP: 196605141992032001

Penguji III


Dr. H. Achmad Murtafi Harits, M.Fil.I
NIP 197003042007011056

Penguji IV


Airlangga Bramavudha, MM
NIP197912142011011005

Surabaya, 02 Januari 2026



Dr. Moch. Ghairul Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 197407141998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ku nt hi Pa mu ng kas Sa ri
NIM : 04040422081
Fakultas/Jurusan : FDK / Manajemen Dakwah
E-mail address : kuntipmsr@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul : OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT JAMAAH DI SAHELIA HAJI DAN UMRAH

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Penulis

Surabaya, 22 Januari 2026

(Kunthi Pamungkas Sari)

ABSTRAAK

Penelitian ini berjudul **“Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Jamaah Di Sahelia Haji Dan Umrah”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Sahelia Haji dan Umrah dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menarik minat jamaah, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat optimalisasi penggunaan media sosial dalam kegiatan lembaga promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian meliputi pimpinan lembaga dan pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial Sahelia Haji dan Umrah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sahelia Haji dan Umrah telah memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook* sebagai media utama dalam menyampaikan layanan informasi, paket promosi, serta membangun komunikasi dengan calon jamaah. Strategi yang digunakan meliputi penyampaian konten informatif, edukatif, dan promosi secara sederhana namun berkelanjutan. Seperti faktor pendukung dalam optimalisasi penggunaan media sosial antara lain semangat kerja karyawan, kemudahan akses media sosial, serta meningkatnya penggunaan media digital di masyarakat. Sementara itu, faktor penghambatnya meliputi keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan anggaran promosi digital, serta persaingan yang ketat dengan lembaga-lembaga sejenis di media digital.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan minat jamaah, namun optimalisasi strategi masih perlu ditingkatkan melalui perencanaan konten yang lebih terstruktur dan penguatan sumber daya pendukung agar tujuan promosi dapat tercapai secara maksimal.

ABSTRACT

This study, entitled "Optimizing Social Media Usage to Increase Pilgrim Interest at Sahelia Hajj and Umrah," aims to determine Sahelia Hajj and Umrah's strategy for utilizing social media to attract pilgrims and identify factors that support and hinder the optimization of social media use in promotional activities. This study uses a qualitative approach with a descriptive approach. Data collection techniques were conducted through interviews, observation, and documentation. The research subjects included institutional leaders and those directly involved in managing Sahelia Hajj and Umrah's social media.

The results show that Sahelia Hajj and Umrah has utilized social media platforms such as Instagram, TikTok, and Facebook as primary channels for delivering information services, promotional packages, and building communication with prospective pilgrims. The strategies employed include delivering informative, educational, and promotional content in a simple yet sustainable manner. Supporting factors in optimizing social media use include employee morale, Ease of access to social media, as well as the increasing use of digital media in the community. Meanwhile, inhibiting factors include limited human resources, limited digital promotion budgets, and intense competition with similar institutions in digital media.

The conclusion of this study indicates that the use of social media plays a significant role in increasing congregation interest. However, strategy optimization still needs to be improved through more structured content planning and strengthening supporting resources to maximize promotional objectives.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	ii
MOTTO & PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Definisi Konsep	13
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II.....	18
KAJIAN TEORITIK	18
A. Kajian Perspektif Teoritik.....	18
1. Strategi Dalam Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Jamaah Di Sahelia Haji Dan Umrah	18
2. Faktor Penghambat Yang Dihadapi Sahelia Haji Dan Umrah Dalam Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Jamaah.....	40
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam	46
C. Penelitian Terdahulu.....	49
BAB III.....	64
METODE PENELITIAN	64
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	64
1. Jenis Penelitian.....	64
2. Pendekatan Penelitian.....	64
B. Lokasi Penelitian	65
C. Jenis dan Sumber Data.....	65

1. Jenis Data.....	65
2. Sumber Data.....	66
D. Teknik Pengumpulan Data.....	67
1. Observasi	67
2. Wawancara	68
3. Dokumentasi	69
E. Teknik Analisis Data	70
1. Tahap Pra-Lapangan.....	70
a. Menyusun Rancangan Penelitian.....	70
b. Menemukan Narasumber atau Informan.....	71
c. Mengirimkan Surat Izin Penelitian	71
d. Membuat Pertanyaan untuk Wawancara Penelitian	71
e. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian	72
2. Tahap Pekerjaan Lapangan	72
a. Memahami Konteks dan Beradaptasi dengan Lingkungan Penelitian	72
b. Tahap Memasuki Lokasi.....	72
c. Wawancara dengan Informan.....	73
d. Evaluasi dan Penentuan Langkah Selanjutnya	73
3. Tahap Akhir	73
F. Teknik Validitas Data	74
BAB IV	75
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	75
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	75
1. Sejarah Lembaga	75
2. Visi, Misi Sahabat Mustahiq Surabaya	76
a. Visi.....	76
b. Misi	76
3. Struktur Lembaga.....	77
4. Produk yang Dijual	77
B. Penyajian Data	78
1. Strategi Dalam Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Jamaah Di Sahelia Haji Dan Umrah	79

2. Faktor Pendukung Sahelia Haji Dan Umrah Dalam Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Jamaah.....	90
3. Faktor Penghambat Yang Dihadapi Sahelia Haji Dan Umrah Dalam Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Jamaah	93
C. Analisis Data	99
1. Perspektif Teoritik.....	99
a. Strategi Dalam Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Jamaah Di Sahelia Haji Dan Umra	99
b. Faktor Pendukung Sahelia Haji Dan Umrah Dalam Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Jamaah.....	105
c. Faktor Penghambat Yang Dihadapi Sahelia Haji Dan Umrah Dalam Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat JamaahPerspektif Dakwah Islam.....	109
2. Perspektif Islam.....	112
BAB V.....	117
PENUTUP	117
A. Kesimpulan	117
B. Rekomendasi.....	122
C. Keterbatasan Penelitian.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	138
BIOGRAFI PENELITI.....	167

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qadir and M. Ramli, “Abdul+Qadir+--+Final,” Al-Furqan 3, no. 3 (2024): 2713–24, <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/1787>.
- Ahmad Khairul Nuzuli, “Memahami Penggunaan Media Sosial Facebook Di Kalangan Ibu Rumah Tangga,” Communications 5, no. 1 (2023): 533–70, <https://doi.org/10.21009/communications.5.1.5>.
- Ahmad Setiadi, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi,” no. 1 (n.d.).
- Ahmad Zaini et al., “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Efektivitas Dan Aksesibilitas Penyebaran Informasi Di KUA Kecamatan Jekan Raya,” NYIUR-Dimas: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat 4, no. 2 (2024): 86–95, <https://doi.org/10.30984/nyiur.v4i2.1165>.
- Analysis Of et al., “UniversitasDharmawangsa UniversitasDharmawangsa,” no. 2 (2024): 255–69.
- Andi Akifah, “Optimalisasi Fungsi Media Sosial Dalam Pengembangan Bisnis Kuliner,” Kinesik 7, no. 2 (2020): 91–102, <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i2.56>.
- Andi Tenri Sapada and Muhammad Ikbal, “Optimasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Pelayanan Balai Besar Pengembangan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Makassar,” Jurnal Administrasi Publik 16, no. 1 (2020): 14, <https://doi.org/10.52316/jap.v16i1.44>.
- Aqilah Zulfany and M. Alfi Fathul Hilal Salwa Salvia Lutfi, “Optimalisasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Haji Dan Umrah,” Ekonomi Manajemen & Bisnis 1, no. 6 (2024): 284–87.

- Ardian Nur Huda, "Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli" 3, no. 32 (2018): 1–44.
- Ardika Okta Ariyansyah and Karona Cahya Susena, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan Usaha Rumah Tangga Kedai Ken Al," *Jurnal Dehasen Untuk Negeri* 3, no. 2 (2024): 291–94.
- Arum Wahyuni PurbohastutiArum W, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi" 12, no. 2 (2017): 212–31.
- Asnawati Matondang, "Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar," *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 2, no. 2 (2018): 24–32, <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/Bahastra/article/view/1215>.
- Asye Rachmawaty, "Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar," *Tematik* 8, no. 1 (2021): 29–44, <https://doi.org/10.38204/tematik.v8i1.535>.
- 34 M Irvanda, "Optimalisasi Penyusunan Dan Pembuatan Laporan Untuk Mewujudkan GOOD GOVERNANCE" 11, no. 1 (2022).
- Aurellia Salsa Armilda et al., "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM Batik Ayu Arimbi, Sleman, Yogyakarta," *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)* 8, no. 1 (2024): 185, <https://doi.org/10.30595/jppm.v8i1.21203>.
- Ayu Fitriatul Ulya et al., "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Coban Lanang," *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 7, no. 2 (2024): 201, <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v7i2.1994>.
- Awaludin, Azrul Afrillana, and Ahmad Khairul Hakim. "Analisis Strategi Survival Pada Bisnis Travel Haji dan Umrah Saat Pandemi Covid-19 Di Shafira Tour & Travel." *Journal of Islamic Management* 3.1 (2023): 1-13.

- Bachrul Ilmi, “Optimalisasi Medisa Sosial Sebagai Sarana Promosi Digital Dalam Meningkatkan Literasi Informasi Di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta” 02, no. 01 (2023): 51–65.
- Baiq Vira Safitri, Novita Maulida, and Dian Lestari Miharja, “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Mengembangkan Potensi Desa Wisata Organik Pada Kelompok Sadar Wisata Desa Muncan-Lombok Tengah,” *Journal of Community Development & Empowerment* 2, no. 3 (2021): 51–61, <https://doi.org/10.29303/jcommdev.v2i3.19>.
- Chica Awaliyah, Dini Angraeni Dewi, and Yayang Furi Furnamasari, “Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 1868–7874.
- Citra Melati Khairunnisa, “Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper,” *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5, no. 1 (2022): 98, <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>.
- Clarissa Al-Rizki Febriyanti et al., “Media Sosial Sebagai Alat Informasi Dan Komunikasi Dalam Manajemen Haji Dan Umroh: Studi Kepustakaan,” *Rayah Al-Islam* 8, no. 3 (2024): 927–39, <https://doi.org/10.37274/rais.v8i3.1029>.
- Dani Hamdani, Ucu Nugraha, and Endang Amalia, “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Alat Promosi Untuk CAMP Anak Langit,” *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 5, no. 2 (2024): 498–508, <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i2.1691>.
- Dellia Mila Vernia, “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk,” *Jurnal ISBN 978-602-50181-0-7* 1, no. 2 (2017): 105–18.
- Dwi Sukma Donoriyanto et al., “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Online Store Pada Pelaku

- UMKM Di Kota X,” Jurnal Abdimas Peradaban 4, no. 1 (2023): 41–49, <https://doi.org/10.54783/vw5kdw78>.
- Egi Adithia Pradana and Febri Darmatraseta, “PKM-Pendampingan Teknik Pembuatan Konten Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor” 2, no. 2 (2021): 147–54, <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1303>.
- Egi Adithia Pradana and Febri Darmatraseta, “PKM-Pendampingan Teknik Pembuatan Konten Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor” 2, no. 2 (2021): 147–54, <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1303>.
- Fadhlizha Izzati, Rinanda Firamadhina, and Hetty Krisnani, “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok : TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme” 0042 (2016): 199–208, <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Fantini, Endah, Mohammad Sofyan, and Ade Suryana. "Optimalisasi sosial media sebagai sarana promosi usaha kecil menengah meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19." Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial 1.2 (2021): 126-131.
- Febri Resti Nurhidayah, Eka Sriwahyuni, and Kustin Hartini, “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Jamaah Umroh Pada Travel Holiday Angkasa Wisata Bengkulu” 4 (2024): 11330–44.
- Firnanda Maulidya Shabrina et al., “Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Gaya Belajar Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Tahun 2023,” At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam 6, no. 2 (2024): 1806–21, <https://doi.org/10.20885/tullab.vol6.iss2.art13>.
- H Saragih and D Chandra, “Implementasi Social Media Optimization (Smo) Sebagai Internet Marketing Pada Facebook Rumahdan Properti. Com,” Jurnal Teknik Dan Ilmu Komputer, 2012, 25–37,

<http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/JTIK/article/view/5>

- Habib Helena, “Marketing Strategy, 7P Marketing Mix,” Strategi Pemasaran Novi Ulvia Dalam Meningkatkan Omset Penjualan 8, no. 1 (2023): 1–19.
- Hadiyati Fitria and Endang Ahmad Yani, “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam (Studi Kasus Stei Sebi),” Journal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 2020, 99– 130.
- Hamirul, “Viral Dulu, Usut Kemudian!(Studi Tentang Kontrol Sosial Melalui Media Sosial) Oleh,” 2022, 521–26.
- Hasyim Hasanah, “Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu- Ilmu Sosial),” At-Taqaddum 8, no. 1 (2017): 21, <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Heri Juanda, “Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh,” Jurnal Peurawi 1, no. 1 (2017): h.1.
- I B G Purwa, “Pemanfaatan Media Sosial” 2, no. 1 (2022): 49–58.
- Inayah Mawaddah Inadjo et al., “Jurnal Ilmiah Society” 2, no. 4 (2022): 1–7.
- Iqbal Kamil Siregar, Akmal Nasution, and Mhd Ihsan, “Jurnal Bangun Abdimas Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pembelajaran Jurnal Bangun Abdimas” 3, no. 2 (2024): 300–303, <https://doi.org/10.56854/ba.v3i2.413>.
- Irena Dinar Vania Sasikirana et al., “Program Studi D4 Manajemen Bisnis, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya,” Bisnis Dan Akuntansi 3, no. 2 (2024): 166–77, <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2092>.
- Irla Yulia, “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Dan Komunikasi Perubahan Perilaku,” Hearty 6, no. 2 (2018).

- Istiqomah, Nur Hidayatul, Jamal Ghofir, dan Latifatul Husniyah. "Strategi Pemasaran Digital: Meningkatkan Minat Calon Jemaah Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Melalui Media Sosial." *Aswalalita : Jurnal Manajemen Dakwah* 3.1 (2024): 1-9.
- J A Walandouw and F G Worang, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pariwisata Pada Rumah Alam Manado Adventure Park," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 1 (2022): 340–49, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37809>.
- Jon Kenedi Defa Aulina, "Strategi Peningkatan Minat Jamaah Umrah Pada PT. Ontiket Amanah Digita Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Kabupaten 50 Kota," *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri* 11 (2025): 1–20. 87 Jurusan Manajemen Dakwah, U I N Sunan, and Gunung Djati, "Implementasi Manajemen Promosi KBIH Dalam Meningkatkan Minat Bimbingan Jamaah Haji" 17, no. September (2017): 183–202.
- Josvian Vito Gradianto and Popi Andiansari, "Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @keretaapikita Oleh Public Relations PT. Kereta Api Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Positif," *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi* 9, no. 3 (2024): 713–29, <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/indexDOI:http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i3.260>.
- Journal Missy, "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Kemandirian Secara Finansial Kepada CV. Dua Warna Sumenep" 2, no. November (2021).
- Jurusan Manajemen Dakwah, U I N Sunan, and Gunung Djati, "Implementasi Manajemen Promosi KBIH Dalam

- Meningkatkan Minat Bimbingan Jamaah Haji” 17, no. September (2017): 183–202.
- Kania Chairunnisa, Dwi Artha, and Hudi Santoso, “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Diskominfo Provinsi Jambi Dalam Penyebaran Informasi Kepada Publik,” *Jurnal Professional* 12, no. 1 (2025): 109–16.
- Liedfray, Tongkotow, Fonny J. Waani, and Jouke J. Lasut. "Peran Media sosial dalam mempererat interaksi antar keluarga di desa Esandom kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara." *Jurnal Ilmiah Society* 2.1 (2022).
- Luh Putu Lia Kharisma Wirayanti, “Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa.Co,” *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 6, no. 2 (2024): 282–88, <https://doi.org/10.36985/z2dbsg18>.
- Lukman Hakim, Ahmad Luthfi, and Arwini Hasyim, “Konsep Pemasaran Digital Dan Konvensional UMKM(Literatur Studi Di Kabupaten Mojokerto),” *ALTAMKIN:Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 1 (2025): 16–22.
- M Hilman Abdul Halim, Hasan Basri, and Mei Amimah, “KBIH Wilayah Kabupaten Tasikmalaya” 1, no. 1 (2023): 29–35.
- M Nafisatur, “Metode Pengumpulan Data Penelitian,” *Metode Pengumpulan Data Penelitian* 3, no. 5 (2024): 5423–43.
- Marinu Waruwu et al., “Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)” 7 (2023): 2896–2910.
- Mauhala Sofa and Adita Nafisa, “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Bawang Merah Di Desa Ngasem Optimizing the Use of Facebook Social Media in Increasing Shallot MSME

- Marketing in Ngasem Village,” *Jurnal Hasil Kegiatan Kolaborasi Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2024): 1–7,
- Meita Sekar, “Akuntabilitas, Pengaruh Lingkungan, Di Langkapura, Kecamatan Akuntasi, Prodi Mitra, Universitas Akuntasi, Prodi Mitra, Universitas” 21 (2019).
- Mudrika Aqillah Sifwah et al., “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM,” *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024): 109–18, <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>.
- Nawari and Lina Auliya Ulfa, “Penerapan Marketing Mix Pada Strategi Konvensional Dan Digital,” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan* 5, no. 2 (2020): 176–92, <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>.
- Ni Putu Dea Arina Lestari and Putu Indah Dianti Putri, “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Travel Bali Island Sebagai Media Promosi Bisnis Perjalanan,” *Abdimas Galuh* 5, no. 2 (2023): 1642, <https://doi.org/10.25157/ag.v5i2.11842>.
- Nur Hidayatul Istiqomah, Jamal Ghofir, and Latifatul Husniyah, “Strategi Pemasaran Digital: Meningkatkan Minat Calon Jemaah Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Melalui Media Sosial,” *Journal of Dakwah Manajemant*, no. 02 (2023): 2963.
- Nurdin Laugu, “Eksistensi Media Sosial , Youtube , Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia” 4, no. 1 (2020): 41–57.
- Perspektif Spradley and Miles Huberman, “Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif,” *Journal of Management, Accounting and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84.
- Pustakawan Perpustakaan and Universitas Airlangga, “Artikel Pemanfaatan Media Sosial (Twitter) Sebagai Sarana

Informasi Bagi Mahasiswa Di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya Turwulandari,” n.d., 55–59.

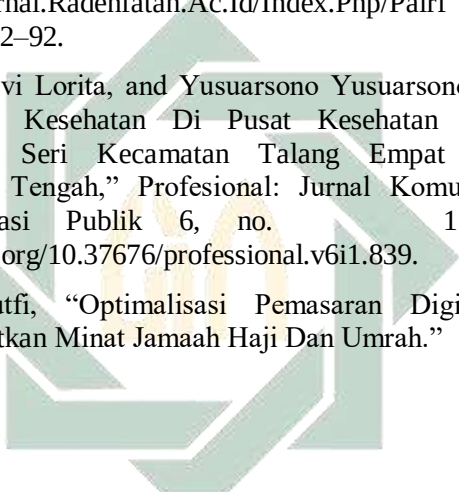
- R Praselanova, “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Interaktif Di Ma’had Aly Ilmu Yaqin Makassar,” *Ilhami: Jurnal Ilmu Dan Dakwah Multidisiplin* 01, no. 01 (2025): 9–17, <https://ejournal.uiidalwa.ac.id/index.php/ilhami/article/view/2506%0Ahttps://ejournal.uiidalwa.ac.id/index.php/ilhami/article/download/2506/1074>
- Rahmadivya Ersya Putri and Zahrotus Sa’idah, “Revitalisasi Monumen Pers Nasional Surakarta Melalui Optimalisasi Penggunaan Media Sosial,” *Jurnal Sosial Humaniora Sigli* 6, no. 2 (2023): 335–46, <https://doi.org/10.47647/jsh.v6i2.1524>.
- Rakhmat Badruddin, “Viralitas Dai Di Media Sosial” 2, no. 2 (2023): 1–10.
- Ramsiah Tasruddin and Artikel Penelitian, “Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Pada Generasi Milenial .;,” *Jurnal Kolaboratif Sains* 8, no. 1 (2025): 872–81, <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>.
- Riche Cynthia Johan, “The Correlation Between Instagram Social Media Usage And Competency Of Media Literacy At Upt National Institute Of Technology Library Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram” 8, no. 1 (2018).
- Risa A, “Optimalisasi Dana Desa Di Daerah Perbatasan Rissa Ayustia Dan Dokman Marulitua Situmorang Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Shanti Bhuana Daerah Perbatasan Biasanya Identik Dengan Daerah Tertinggal Karena Kondisi Sosial Budaya , Ekonomi , Keuangan Daerah , Ak,” n.d., 1–14.
- Risma Febryanti, Anton Subarno, and Nur Rahmi Akbarini, “Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Minat Siswa Untuk Melanjutkan Pendidikan Di Perguruan Tinggi

- Pendahuluan,” Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran 8, no. 4 (2024): 423–27.
- Rita N, “Faktor - Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara” 7, no. 1 (2019): 671–80.
- Riyan Abdul Aziz et al., “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Obyek Wisata Janti Park Kabupaten Klaten Optimizing Social Media as a Digital Marketing Strategy for the Janti Park Tourist Attraction Klaten Regency,” JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS 4, no. 02 (2024): 131–38.
- Sabit Baitulloh and Sulistyowati, “Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Dan Strategi Email Marketing Dalam Pemasaran,” Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen 2, no. 12 (2024): 506–21, <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3256>.
- Sean P Collins et al., “Strategi Optimasi Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Online (Studi Kasus Travel Haji Dan Umrah Sinai Bukittinggi)” 3, no. 4 (2021): 167–86.
- Siti Puti Radini, Mumuh Mulyana, and Tubagus Dicky Faldy Syahid Noor, “Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Padjadjaran Suites And Convention Hotel Bogor,” Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan 1, no. 1 (2021): 71–80, <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i1.787>.
- Social Media and Jurnal Nawala Visual, “Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial” 1, no. 1 (2019): 1–8.
- soraya iin, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat” VI (2015): 10–23.
- Sri Rahayu and Johan Jeques Junior, “Optimalisasi Kebijakan Dalam Pengelolaan Kawasan Perbatasan (Studi Kasus : Kota Batam , Provinsi Kepulauan Riau)” 9, no. 2 (2021): 64–78.

- Sri Wahyuni, Universitas Islam, and Negeri Sumatera, “Analisis Media Sosial Dalam Menjangkau Pemasaran Global Pada” 8, no. 30 (2023): 1012–20.
- Sri Wulan Wahyuni et al., “Prospek Travel Bisnis Haji Dan Umrah: Entrepreneur Di Era Digital,” *Journal of Hajj and Umroh Studies* 1 (2024): 74.
- Stefanus Eko Prasetyo et al., “Optimalisasi Search Engine Optimization (Seo) Untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Pada Website Pt. Petro Jaya Samudra,” *Journal of Information System Management (JOISM)* 6, no. 2 (2025): 156–63, <https://doi.org/10.24076/joism.2025v6i2.1962>.
- Teguh Prasetyo Utomo, “Optimalisasi Media Sosial Untuk Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi,” *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia* 5, no. 1 (2022): 99–133, <https://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/24369>.
- Tidore Kepulauan and Donald K Monintjai, “Optimalisasi Peran Kepala Daerah Di Pemerintahan Kota Tidore Kepulauan Issn : 2337 - 5736” 3, no. 3 (2019): 1–11.
- Tiris Sudrartono et al., “Optimalisasi Konten Kreatif Pada Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Hotel Xyz Cileunyi Bandung” 13 (2025): 38–44.
- Tito Siswanto and Aldi Fathurrahman, “Optimalisasi Strategi Penggunaan Media Sosial Dalam Menciptakan Customer Engagement Pada Usaha Kecil Dan Menengah,” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen* 9, no. 2 (2020): 166–74, <https://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/LQ/article/view/866>.
- Tongkotow Liedfray, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut, “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara,” *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 2, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahociety/article/download/38118/34843/81259>.

- Universitas Islam and Syekh Yusuf, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @ Rumahkimkotatangerang)” 6, no. September (2023): 173–90.
- Universitas Moestopo, “Implementasi Social Media Optimization (SMO) Bagi Perusahaan Swasta Di Jakarta Citra Eka Putri,” Jurnal Pustaka Dianmas 2, no. 2 (2022): 42, <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>.
- Untuk Mendaftar, Menjadi Calon, and Jama Ah, “Analisis Minat Masyarakat Untuk Mendaftar Menjadi Calon Jama’ah Haji” 7 (2024): 459–70.
- Velantin Valiant, “Efektivitas Konten Digital Terhadap Minat Beli Produk Kopi Kenangan (Survey Pada Followers Instagram @kopikenangan.Id),” IKRA ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora 6, no. 1 (2022): 175–84.
- Velantin Valiant, “Efektivitas Konten Digital Terhadap Minat Beli Produk Kopi Kenangan (Survey Pada Followers Instagram @kopikenangan.Id),” IKRA ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora 6, no. 1 (2022): 175–84.
- Velantin Valiant, “Efektivitas Konten Digital Terhadap Minat Beli Produk Kopi Kenangan (Survey Pada Followers Instagram @kopikenangan.Id),” IKRA ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora 6, no. 1 (2022): 175–84.
- Vernia, Dellia Mila. "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga." UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi 1.2 (2017): 105-118.
- Veronika Made Aprilia Kartika Dewi, I Wayan Sumandya, and Ni Made Ari Septiani, “Implementasi Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Stad Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Peserta Didik Kelas Xi,” Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Matematika 4, no. 2 (2024): 13–21, <https://doi.org/10.36733/pemantik.v4i2.9412>.

- Violita Rahmawati, “Jurnal Dinamika Pendidikan,” *Jurnal Dinamika Pendidikan Nusantara* 6, no. 1 (2025): 46.
- Yazida Ichsan, “P-ISSN 2656-1549 and E-ISSN 2656-0712 [Http://Jurnal.Radenfatah.Ac.Id/Index.Php/Pairf](http://Jurnal.Radenfatah.Ac.Id/Index.Php/Pairf)” 3, no. 4 (2021): 382–92.
- Yazida Ichsan, “P-ISSN 2656-1549 and E-ISSN 2656-0712 [Http://Jurnal.Radenfatah.Ac.Id/Index.Php/Pairf](http://Jurnal.Radenfatah.Ac.Id/Index.Php/Pairf)” 3, no. 4 (2021): 382–92.
- Yoki Apriyanti, Evi Lorita, and Yusuarsono Yusuarsono, “Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah,” *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.839>.
- Zulfany and Lutfi, “Optimalisasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Haji Dan Umrah.”



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A