

ABSTRAK

Fatikhatin Nahdiyatul Islamiyah,2040310089, “Strategi Pemasaran Biro Haji Dan Umroh Albayt Tours And Travel Demak Melalui Sosial Media Instagram (Implementasi Teori Manajemen Sebagai Alat Bantu)” Skripsi Program Strata Satu (S1) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam Program Studi Manajemen Dakwah (MD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Mendeskripsikan strategi pemasaran pada biro haji albayt tour & trave Demak melalui sosial media instagram, 2) Penelitian ini juga bertujuan untuk mendreskripsikan faktor pendukung dan penghambat yang ada pada strategi pemasaran biro haji dan umroh di albayt tours and travel Demak.

Jenis pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data tidak didasarkan pada teori, tetapi pada fakta-fakta yang ditemukan dalam penelitian lapangan (*Field Research*). Pada penelitian lapangan dengan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang latar belakang masalah yang diteliti kemudian metode yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi dan wawancara dengan subjek penelitian manajer biro haji dan umroh albayt demak, pegawai kantor albayt demak, admin instagram albayt, jamaah umroh, dan followers instgram albayt. setelah itu data yang dihasilkan diolah menggunakan teknik analisis berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah strategi pemasaran Biro Haji Dan Umroh Pada Albayt Tours And Travel Demak melalui sosial media instagram berjalan dengan baik dengan Strategi pemasaran menggunakan pemasaran langsung dengan memanfaatkan internet, kemudian admin menggunakan dengan menggunakan teknik manajemen sebagai alat bantu dalam memudahkan admin dalam mengelola sosial media instagram. Manajemen sosial media merupakan penerapan fungsi manajemen pada sosial media. Biro Haji Dan Umroh Al Bayt Tours Demak merupakan salah satu perusahaan yang melaksanakan kegiatannya dengan fungsi manajemen sosial media dimana struktur mulai dari planning, organizing, actuating, dan controlling. melalui sosial media instagram, kemudian peneliti menemukan bahwa admin instagram menegelola instagram albayt dengan membagi pekerjaan mulai dari konten planer, konten calender, copywraiting sampai dengan report konten yang dikerjakan dengan teliti agar hasil dari konten dapat lebih maksimal. Selajutnya peneliti menemukan faktor- faktor yang menjadi penghambat sekaligus pendukung, kedua faktor tersebut diambil dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilaksanakan peneliti. Faktor pendukung yang ada pada proses strategi faktor pendukung tersebut adalah : Adanya aplikasi pendukung seperti capcut dan canva, Pegawai difasilitasi pelatihan melalui workshop mengenai sosial media, Banyaknya minat masyarakat pada konten haji dan umroh. Faktor penghambat yang ada pada proses strategi pemasaran sosial media biro haji dan umroh albayt tours and travel demak yakni : Alat perekam yang kurang memadai Kurangnya alat perekam yang kurang memadai membuat vidio yang dihasilkan kurang bagus khususnya pada saat pengambilan vidio ditanah suci, dan Perlunya brifing vidiografer agar konten lebih terstruktur.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Biro Haji Dan Umroh, Sosial Media Instagram.