

**PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK PAKET UMROH
MENGUNAKAN EPIC MODEL PADA PT. SANGKAN HURIP
BERSAMA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

FARHANA SYAIMA N
NIM : 2108208028

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER (UIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 1446 H / 2025 M**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran digital melalui media sosial *Instagram* dalam mempromosikan produk paket umroh menggunakan epic model pada PT. Sangkan Hurip Bersama serta memahami bagaimana pengelolaan media sosial *Instagram* yang dilakukan oleh PT. Sangkan Hurip Bersama dalam mempromosikan produk paket umroh. PT. Sangkan Hurip Bersama merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan ibadah umroh dan haji yang memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai alat pemasaran digitalnya.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan tim digital marketing serta admin umum staff IT dan melalui analisis konten *Instagram* perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial *Instagram* PT. Sangkan Hurip Bersama masih memiliki beberapa kendala, terutama dalam konsistensi unggahan dan pemantauan interaksi. Efektivitas media sosial *Instagram* dalam mempromosikan produk umroh yang menggunakan teori EPIC juga menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram* PT. Sangkan Hurip Bersama belum optimal. Hal ini terlihat dari ketidakstabilan tingkat interaksi audiens, ketidakkonsistenan dalam mengunggah konten, serta kurangnya pemanfaatan fitur *Instagram* secara maksimal. Meskipun demikian, *Instagram* tetap menjadi platform yang potensial dalam pemasaran digital karena mampu menjangkau audiens lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional. Strategi pemasaran yang lebih terstruktur dan penggunaan fitur *Instagram* secara optimal dapat meningkatkan efektivitas promosi, keterlibatan konsumen, daya tarik serta kepercayaan calon konsumen terhadap layanan yang ditawarkan oleh PT. Sangkan Hurip Bersama.

Kata Kunci: Pemasaran Pariwisata, Konten Digital, Efektivitas Promosi Digital.

ABSTRACT

This Study aims to determine digital marketing through Instagram social media in promoting Umrah package products using the epic model at PT. Sangkan Hurip Bersama and understand how Instagram social media management is carried out by PT. Sangkan Hurip Bersama in promoting Umrah package products. PT. Sangkan Hurip Bersama is one of the companies engaged in Umrah and Hajj travel services that utilizes Instagram social media as a digital marketing tool.

In this research, the authors used a type of qualitative method with data collection techniques through interviews with digital marketing team as well as the general admin of IT staff and through analysis the company's Instagram content. The data used in this research is primary data.

The results showed that PT. Sangkan Hurip Bersama instagram social media management still has several obstacles, especially in the consistency of uploads and monitoring interactions. The effectiveness of Instagram social media in promoting Umrah products using EPIC theory also shows that PT. Sangkan Hurip Bersama's usage is not optimal. This can be seen from the instability of audience interaction levels, inconsistency in uploading content, and lack of maximum utilization of Instagram features. Nevertheless, Instagram remains a potential platform in digital marketing because it is able to reach a wider audience at a relatively low cost compared to conventional marketing methods. A more structured marketing strategy and optimal use of Instagram features can increase the effectiveness of promotions, consumer engagement, attractiveness and trust of potential customers in the services offered by PT. Sangkan Hurip Bersama.

Keywords: *Tourism Marketing, Digital Content, Digital Promotion Effectiveness.*

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI**

**PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK PAKET UMROH
MENGUNAKAN EPIC MODEL PADA PT. SANGKAN HURIP
BERSAMA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

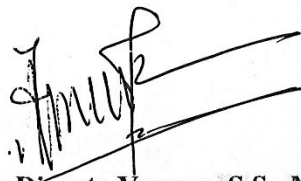
Oleh:

FARHANA SYAIMA N
NIM. 2108208028

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Ivo Dinasta Yanuar, S.S., M.AppLing
NIP. 199001242020122011



Mahrun Nisa Ali, M.A.
NIP.199201312019032013

Mengetahui :
Ketua Jurusan Pariwisata Syariah




Haliah Khairunnisa, M.Sc.
NIP. 19826 201801 2 002

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

di Cirebon

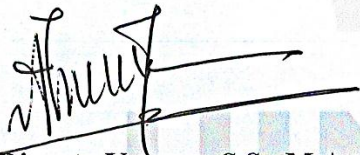
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i FARHANA SYAIMA N NIM : 2108208028 dengan judul **“Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Produk Paket Umroh Menggunakan Epic Model Pada PT. Sangkan Hurip Bersama”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

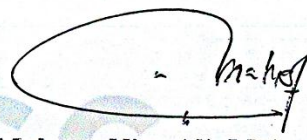
Menyetujui :

Pembimbing I



Ivo Dinasta Yanuar, S.S., M.AppLing
NIP. 199001242020122011

Pembimbing II



Mahrnun Nisa Ali, M.A.
NIP. 199201312019032013

Mengetahui :

Ketua Jurusan Pariwisata Syariah



Fahmi Khairunnisa, M.Sc.
NIP. 19880826 201801 2 002

..

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: **“Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Produk Paket Umroh Menggunakan Epic Model Pada PT. Sangkan Hurip Bersama”**, oleh FARHANA SYAIMA N NIM : 2108208028, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 14 Mei 2025.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah

Ketua Sidang



Ulfah Khairunnisa, M.Sc.
NIP. 19880826 201801 2 002

Sekretaris Sidang

Yati Haryati, M.Sc.
NIP. 19890203 201903 2 009

Penguji I

Rijal Assidiq Mulyana, S.E.I., M.Pd.
NIP. 198803182020121007

Penguji II

Yati Haryati, M.Sc.
NIP. 19890203 201903 2 009

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Farhana Syaima N
NIM : 2108208028
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 08 Juni 2002
Alamat : Permata Harjamukti Utara Blok D8 No 11

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Produk Paket Umroh Menggunakan Epic Model Pada PT. Sangkan Hurip Bersama”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Cirebon, 17 April 2025



FARHANA SYAIMA N
NIM. 2108208028

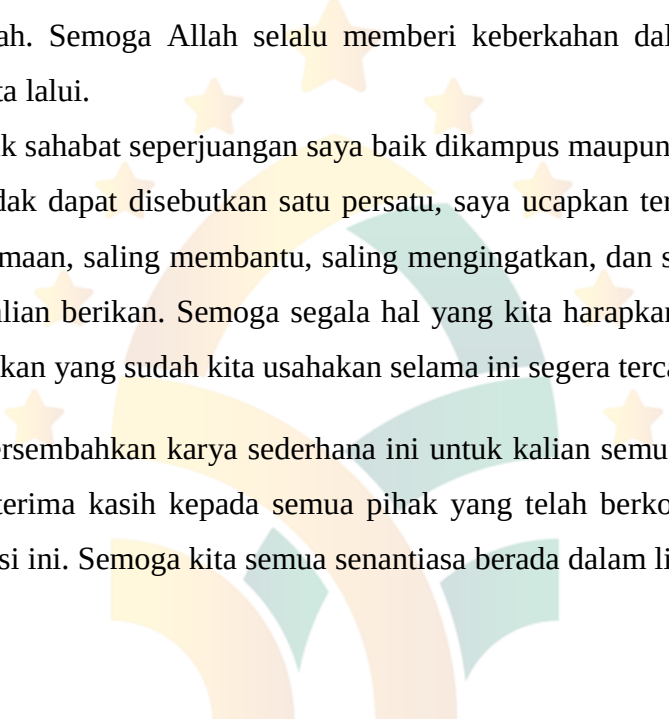
KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis telah menyelesaikan kewajiban sebagai mahasiswa dalam penyusunan tugas akhir berupa skripsi ini. Karya sederhana ini penulis persembahkan teruntuk orang-orang tersayang yang senantiasa mendampingi dan membantu penulis dalam keadaan suka dan duka. Untuk itu, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Teruntuk kedua orang tua yang sangat berjasa dalam hidup saya, terima kasih selalu hadir memberikan dukungan moril maupun materil serta doa-doa di setiap sujudnya yang tiada henti diberikan kepada saya yaitu Ibu Nunung Ekawati dan Bapak Ferry Irawan. Kepada pintu surgaku, terima kasih atas segala kasih sayang, cinta dan doa yang tak terhingga yang telah diberikan selama ini, terkhusus dalam proses penyusunan skripsi ini. Tak lupa juga kepada cinta pertama dan panutanku, terima kasih atas segala usaha yang telah diberikan dengan kerja keras dalam mencari nafkah untuk memenuhi segala kebutuhan keluarga dan telah memberikan kepercayaan dan dukungan kepada anak perempuanmu ini dalam menggapai cita-cita. Ibu dan Bapak yang tercinta izinkan anakmu mempersembahkan karya sederhana ini sebagai bakti dan cinta untuk kalian bapak ibuku.
2. Teruntuk kakak saya Muhammad Ibnu Sulaeman, Ainina Siti Nurhaliza, kakak ipar saya Vivi Ely Candra, dan adik saya Muhammad Feisal Khalis yang selalu memberikan doa dan dukungan serta kasih sayangnya hingga detik ini, yang selalu menemani dan membantu saudaramu dalam menyelesaikan tugas skripsinya. Semoga kita dapat menjadi orang sukses kedepannya dan menjadi anak kebanggaan orang tua.
3. Teruntuk tante saya Nurlaeli dan nenek saya Siti Harmuni yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi agar selalu ada di setiap perjalanan & pencapaian hidup saya.

4. Teruntuk seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yaitu Hidayatul Wahid. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
5. Teruntuk sahabat seperjuangan saya baik dikampus maupun diluar kampus yang tidak dapat disebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih atas kebersamaan, saling membantu, saling mengingatkan, dan segala hal yang telah kalian berikan. Semoga segala hal yang kita harapkan, impikan dan cita citakan yang sudah kita usahakan selama ini segera tercapai.

Saya persembahkan karya sederhana ini untuk kalian semua, izinkan saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini. Semoga kita semua senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Farhana Syaima Nurfadhilah dilahirkan di Cirebon, 08 Juni 2002. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara yakni dari pasangan suami istri bernama Bapak Ferry Irawan dan Ibu Nunung Ekawati. Penulis bertempat tinggal di Permata Harjamukti Utara Blok D8 No11 RT05 RW 14, Kelurahan Kalijaga, Kecamatan Harjamukti, Kota Cirebon.

Adapun jenjang pendidikan yang telah ditempuh, sebagai berikut:

1. TK Nurul Amal telah lulus pada tahun 2009.
2. SDN Agung, telah lulus pada tahun 2015.
3. SMPN 7 Cirebon, telah lulus pada tahun 2018.
4. SMAN 9 Cirebon, telah lulus pada tahun 2021.

Penulis mengikuti program pendidikan Strata 1 (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Pariwisata Syariah dan mengambil judul skripsi **“Pemasaran Digital Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Mempromosikan Produk Paket Umroh Menggunakan Epic Model Pada PT. Sangkan Hurip Bersama”** dibawah bimbingan Ibu Ivo Dinasta Yanuar, S.S., M.AppLing dan Ibu Mahrin Nisa Ali, M.A.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO

“Mintalah restu kepada kedua orang tua, Insya Allah Tuhan juga meridhoi”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa dengan yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kupanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Produk Paket Umroh Menggunakan Epic Model Pada PT. Sangkan Hurip Bersama”**. Skripsi ini sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu melalui kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag., selaku Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Hafni Khairunnisa, M.Sc. selaku Ketua Jurusan Pariwisata Syariah.
4. Ibu Yati Haryati, M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Syariah.
5. Ibu Ivo Dinasta Yanuar, S.S., M.AppLing dan Ibu Mahrin Nisa Ali, M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingannya bagi penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
7. Bapak Alm H. Basyir.,SE.,MM selaku Direktur Utama dan Bapak Dr.H. Pebi Kurniawan,MM selaku Manajer Pemasaran PT. Sangkan Hurip Bersama yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di PT. Sangkan Hurip Bersama dan tak lupa para pengurus serta karyawan Bapak

Nuralimudin dan Bapak Muhammad Zein Fatira yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

8. Kepada teman-temanku seperjuangan Erisca, Triana, Yasmin, Tami, Hana Acil yang membersamai penulis semasa kuliah, yang tidak ada habisnya memberikan dukungan, semangat, bantuan serta menjadi *support system* yang terbaik dalam penyusunan skripsi ini
9. Kepada sahabatku Elsa Safitri terimakasih telah menjadi *support system* *the best* yang pernah ada.
10. Kepada seluruh teman seperjuangan Pariwisata Syariah Angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi sampai selesai.
12. Terakhir, teruntuk wanita sederhana yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis karya tulis ini yaitu saya sendiri Farhana Syaima Nurfadhilah yang sudah berusaha dan bertahan sampai di titik ini, terima kasih sudah kuat dan mampu bangkit dari kegagalan, penolakan, permasalahan dalam proses kehidupan ini, terima kasih telah mampu berjuang sampai sejauh ini. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada, rayakanlah selalu kehadiranmu, jadilah bersinar dimanapun kamu menginjakkan kaki.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan yang telah kita lakukan dengan sebaik-baiknya balasan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cirebon, 17 April 2025



Farhana Syaima N
NIM. 2108208028

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vi
KATA PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
F. Penelitian Terdahulu	10
G. Kerangka Pemikiran.....	14
H. Metodologi Penelitian	15
I. Sistematika Penulisan	21
BAB II KAJIAN TEORI	22
A. Kajian Teori	22
1. Media Sosial.....	22
2. Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	30
3. <i>Instagram</i>	33

4. Produk Umroh	37
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	39
A. Sejarah Berdirinya PT. Sangkan Hurip Bersama.....	39
B. Visi dan Misi PT. Sangkan Hurip Bersama	40
C. Struktur Organisasi PT. Sangkan Hurip Bersama.....	41
D. Produk Perjalanan Ibadah Umroh Pada PT. Sangkan Hurip Bersama.....	42
E. Fasilitas yang diberikan PT. Sangkan Hurip Bersama	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan Penelitian.....	91
BAB V PENUTUP.....	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN	126



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER

SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu 10

Tabel 4. 1 Analisis Epic 114



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penduduk Indonesia Makin Melek dengan Internet	3
Gambar 1. 2 Data Media Sosial Paling Sering Digunakan di Indonesia	4
Gambar 1. 3 Kerangka Pemikiran	14
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT. Sangkan Hurip Bersama	41
Gambar 4. 1 Waktu Pengunggahan di <i>Instagram</i>	47
Gambar 4. 2 <i>Reels</i> dan <i>Feed Instagram</i>	53
Gambar 4. 3 <i>Hastag</i> Wilayah	57
Gambar 4. 4 Lokasi Populer di <i>Instagram</i>	57
Gambar 4. 5 <i>Hastag</i> Pada Poster Paket Umroh	68
Gambar 4. 6 Komentar dan <i>Direct Message</i> (DM)	70
Gambar 4. 7 Poster Promo Paket Umroh	73
Gambar 4. 8 Postingan <i>Instagram Reels</i>	79
Gambar 4. 9 <i>Feeds Reels Instagram</i>	80
Gambar 4. 10 Postingan Promosi Umroh Edukatif	82
Gambar 4. 11 Postingan Umroh Kutipan Ayat	82
Gambar 4. 12 <i>Direct Message</i> (DM)	84
Gambar 4. 13 Perkembangan <i>Followers Instagram</i>	85
Gambar 4. 14 Promosi Produk Umroh	86
Gambar 4. 15 <i>Reels Instagram</i>	86
Gambar 4. 16 Konten <i>Reels Instagram</i>	88
Gambar 4. 17 Postingan <i>Feed Instagram</i>	90
Gambar 4. 18 Postingan <i>Reels Instagram</i>	90
Gambar 4. 19 <i>Instagram Global Engagement</i>	92
Gambar 4. 20 Alur Pengelolaan Media Sosial <i>Instagram</i> PT. Sangkan Hurip Bersama	99
Gambar 4. 21 Tampilan <i>Instagram</i> PT. Sangkan Hurip Bersama	105
Gambar 4. 22 Testimoni <i>Instagram</i> PT. Sangkan Hurip Bersama	106

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON