KOMUNIKASI PEMASARAN PT. SAMIRA ALI WISATA DALAM MELAKUKAN PROMOSI PRODUK PENALANGAN DANA JAMAAH UMRAH DAN HAJI

SKRIPSI

Oleh:

Azmi Dzulfiqar

202010415258

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

KOMUNIKASI PEMASARAN PT. SAMIRA ALI WISATA DALAM MELAKUKAN PROMOSI PRODUK PENALANGAN DANA JAMAAH UMRAH DAN HAJI

SKRIPSI

Oleh:
Azmi Dzulfikar
(202010415258)

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Komunikasi Pemasaran PT. Samira Ali Wisata dalam Melakukan Promosi Produk Penalangan Jamaah Umrah dan Haji
Nama Mahasiswa	: Azmi Dzulfikar
Nomos Pokok Mahasiswa	: 202010415258
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 5 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI

Pembimbing

Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0319048601

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Komunikasi Pemasaran PT. Samira Ali Wisata Dalam Melakukan Promosi Produk Penalangan Dana Jamaah Umroh Dan Haji
Nama Mahasiswa	: Azmi Dzulfiqar
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202010415258
Program Studi / Fakultas	: Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian	: 05 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Hamida Syari Harahap., M.Si .....

NIDN. 0311046803

Penguji : Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom .....

NIDN. 0319048601

Sekretaris Penguji : Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom .....

NIDN. 0303108001

MENYETUJUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Dipindai dengan CamScanner

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini sata menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Komunikasi Pemasaran PT. Samira Ali Wisata Dalam Melakukan Promosi Produk Penalangan Dana Jamaah Umroh dan Haji ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Februari 2025

Yang Memberi Pernyataan



Azmi Dzulfikar

202010415258

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Azmi Dzulfikar. 202010415258. Komunikasi Pemasaran PT. Samira Ali Wisata Dalam Melakukan Promosi Produk Penalangan Dana Jamaah Umrah dan Haji.

Komunikasi pemasaran mempunyai urgensi dalam memperkenalkan produk dan membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini berupaya meinjau strategi komunikasi pemasaran yang diaplikasikan oleh PT. Samira Ali Wisata pada upaya promosi layanan "Umrah Dulu, Bayar Belakangan," sebuah program inovatif yang memungkinkan jamaah melakukan ibadah umrah terlebih dahulu sebelum melunasi biaya perjalanan. Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik penghimpunan data dokumentasi, observasi, serta wawancara. Informan dalam penelitian ini meliputi staf pemasaran PT. Samira Ali Wisata serta pihak terkait yang terlibat langsung dalam promosi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Samira Ali Wisata mengintegrasikan berbagai metode komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, dan penjualan personal. Keberhasilan strategi tersebut didukung oleh kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah dan pendekatan promosi yang humanis, seperti pelibatan media sosial dan testimoni jamaah. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan, terutama di tengah persaingan ketat industri travel umrah dan haji di Indonesia.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Promosi Produk, Penalangan Dana, Umrah, Haji

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRACT

Azmi Dzulfikar. 202010415258. *Marketing Communication of PT. Samira Ali Wisata in Promoting the Funding Assistance Program for Umrah and Hajj Pilgrims.*

Marketing communication plays a crucial role in introducing products and building consumer trust. This study aims to analyze the marketing communication strategies implemented by PT. Samira Ali Wisata in promoting the "Umrah First, Pay Later" service, an innovative program allowing pilgrims to perform Umrah before completing the payment. The study employs a qualitative descriptive approach, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The informants include the marketing staff of PT. Samira Ali Wisata and other stakeholders directly involved in product promotion.The results show that PT. Samira Ali Wisata integrates various marketing communication methods, including personal selling, public relations, direct marketing, and advertising, The success of these strategies is supported by collaboration with Islamic financial institutions and a human-centered promotional approach, such as leveraging social media and pilgrim testimonials. These strategies have proven effective in increasing public interest and trust in the offered services, especially amidst the intense competition in Indonesia's Umrah and Hajj travel industry.

Keywords: Marketing Communication, Product Promotion, Fundraising, Umrah, Hajj

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, atas karunia dan rahmat-Nya serta kedua orang tua saya Rizalludien dan Sunengsih yang telah mendidik penulis sehingga bisa menuntaskan skripsi ini yang berjudul **"Komunikasi Pemasaran PT. Samira Ali Wisata Dalam Melakukan Promosi Produk Penalangan Dana Jamaah Umrah dan Haji"**. Skripsi ini merupakan pengupayaan dalam memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk kelulusan dari program studi Ilmu Komunikasi.

Selama prosesnya, peneliti menyadari bahwa tidak dapat lepas dari bantuan, dukungan, semangat, serta do'a, mulai dari awal masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih khususnya kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa yang tiada henti. Penyusunan skripsi ini mempunyai andil dari berbagai pihak sehingga ucapan terimakasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs.Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa M.A., M.Ed., Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti S, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan Skripsi.
5. Bapak Azhar Irfansyah, S.IP., M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staf akademik.
7. Teman-teman Bella, Fito, Adnan, Malik, Nanda, Andi, Agus yang telah memberikan dukungan ilmu serta pengalaman yang berharga untuk membuat Skripsi ini.

Dipindai dengan CamScanner

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

8. Sahabat dan teman-teman mahasiswa dan lingkungan rumah dalam memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan.

Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga kritik dan saran sangatlah dibutuhkan. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca selain dari upaya pemenuhan persyaratan kelulusan.

Jakarta, 14 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,

Azmi Dzulfikar

202010415258

Dipindai dengan CamScanner

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

LEMBAR PENGESAHAN.....iii

LEMBAR PERNYATAAN iv

ABSTRAK.....v

ABSTRACT.....vi

KATA PENGANTAR.....vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR.....xii

DAFTAR BAGAN xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Fokus Penelitian 5

1.3. Pertanyaan Penelitian 5

1.4. Tujuan Penelitian.....6

1.5. Manfaat Penelitian.....6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7

2.1. Penelitian Terdahulu.....7

2.2. Tinjauan Konseptual.....11

2.2.1. Pemasaran 12

2.2.2. Komunikasi 13

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.3. Komunikasi Pemasaran 14
2.2.4. Promosi Penjualan 16
2.2.5. Penalangan Dana *(Crowdfunding)* 18
2.2.6. Umrah dan Haji 19
2.3. Kerangka Pemikiran 21
BAB III METODE PENELITIAN 23
3.1. Pendekatan Penelitian 23
3.2. Desain Penelitian 24
3.3. Subjek dan Objek Penelitian 25
3.4. Teknik Pengumpulan Data 25
3.5. Teknik Analisis Data 26
3.6. Keabsahan Data 26
3.7. Tempat dan Waktu Penelitian 27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 30
4.1. Hasil Penelitian 30
4.2. Pembahasan 45
BAB V PENUTUP 47
5.1. Kesimpulan 47
5.2. Saran 48
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Para Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) Tahun 2021-2022.....4

Tabel 1.2 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji & Umrah (KBIHU) Tahun 2021-2022.....4

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....7

Tabel 3.7 Waktu Penelitian.....27

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Jama'ah Umroh Tahun 2023/1445 H 5

Gambar 4.1 Laman Website PT Samira Ali Wisata..... 30

Gambar 4.2 Profil Instagram PT Samira Ali Wisata Sumber: Instagram @samira_travel..... 34

Gambar 4.3 Periklanan melalui SBO TV dan Indonesia..... 36

Gambar 4.4 Periklanan dengan Brand Ambassador 37

Gambar 4.5 Penjualan Personal melalui Whatsapp 38

Gambar 4.6 Pemasaran Langsung Mitra PT Samira Ali Wisata..... 39

Gambar 4.7 Seminar Inspirasi Umrah dan Seminar Bisnis Samira Travel 40

Gambar 4.8 Feed Instagram PT Samira Ali Wisata 41

Gambar 4.9 Komentar dan Like di Postingan Instagram Samira Travel 42

Gambar 4.10 Instagram Stories dan Highlight Samira Travel 43

Gambar 4.11 Instagram Reels PT Samira Ali Wisata..... 43

Gambar 4.12 Postingan Publisitas Penalangan Dana PT. Samira Ali Wisata..... 44

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.4 Kerangka Pemikiran 22

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 – Pedoman Wawancara
Lampiran 3 – Transkrip Wawancara Informan
Lampiran 4 – Reduksi Data
Lampiran 5 – Dokumentasi
Lampiran 6 – Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran 7 – Form Perbaikan Sidang Skripsi

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025