Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
e-ISSN 2620-5513, p-ISSN 2620-5505, Vol. 8, No. 1, April 2025, hal. 85-91
http://e-journal.usd.ac.id/index.php/ABDIMAS
Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta

PENDAMPINGAN DALAM PEMBUATAN KONTEN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM NAFISAH TOUR TRAVEL

Thariq Naufaldy Al-Hafidz[1*], Adrian Firmandinesta[2], Istiqomah[3]
[1,2,3]Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
*email korespondensi: alhafidzofficial@gmail.com
https://doi.org/10.24071/aa.v8i1.11275
dikirimkan 9 Januari 2025; diterima 24 Maret 2025

Abstract

PT Nafisah Indo Permata is a travel agency company, especially for Umrah, Hajj, and other pilgrimage or spiritual trips. This company promotes its umrah and hajj travel, Nafisah Tour Travel, using direct selling methods—distributing brochures and business cards—while using a digital marketing strategy through Instagram. Unfortunately, Nafisah Tour Travel faces several problems, specifically in that it cannot maximize digital marketing as a promotional strategy for its umrah and hajj travel agencies. To overcome this problem, community service activities were conducted by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) to assist Nafisah Tour Travel's team in improving the quality of content produced on Instagram. In addition, it helped increase the credibility and reach of the Nafisah Tour Travel Instagram account. The result of this activity was the increasing reach of Nafisah Tour Travel through Instagram.

Keywords: content, digital marketing, Instagram, promotion, umrah and hajj

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Di Indonesia, media sosial mempunyai pengaruh yang sangat tinggi sehingga pertukaran informasi, isu, dan bahkan informasi antar penggunanya saling terjadi (Fadhila & Soesanto, 2016). Instagram adalah salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia (Nabila et al., 2020). Dengan Instagram, pengguna dapat berkomunikasi atau mengakses informasi sesuka hati mereka (Rahmadin et al., 2017). Bahkan, bagi sebagian orang, Instagram dimanfaatkan sebagai sarana untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka miliki (Handika & Darma, 2018). Banyak produk atau jasa yang telah menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran mereka. Salah satu contoh bisnis yang menggunakan Instagram sebagai alat untuk promosi adalah bisnis *travel* umrah dan haji. Instagram memiliki keunggulan visual yang kuat dan interaksi yang dinamis sehingga sangat efektif digunakan sebagai sarana untuk menarik perhatian calon jemaah. Dengan memanfaatkan konten visual seperti foto, video, dan cerita yang inspiratif, agen *travel* umrah dan haji dapat membangun kedekatan emosional dengan audiensnya, memberikan informasi yang edukatif, dan menawarkan layanan yang menarik.

Pemasaran sosial media (*digital marketing*) adalah bentuk pemasaran yang digunakan untuk menumbuhkan kesadaran, ingatan, pengakuan, maupun tindakan atas sebuah *brand*, bisnis, produk, kelompok, atau individu baik secara langsung maupun tidak langsung dengan memakai alat dari web sosial, contohnya *blogging*, *microblogging*, dan media sosial (Santoso et al., 2017). Keuntungan dari menggunakan *digital marketing* diantara lain yaitu; (1) minim biaya karena mayoritas situs jejaring sosial gratis, (2) memudahkan *customer* untuk menyampaikan kritik dan saran, karena *digital marketing* tidak hanya sekadar memasarkan produk dan jasa, (3) mempermudah untuk mengetahui berbagai kelompok atau pengaruh antar berbagai kelompok, yang bisa menjadi pemberi informasi tentang merek dan membantu dalam *growth of brand* (pertumbuhan merek).

PT Nafisah Indo Permata, dengan nama *brand* Nafisah Tour Travel, adalah perusahaan agensi *travel* yang dirintis sejak tahun 2022 oleh Ibu Sholichah. Usaha ini memiliki pengalaman yang banyak dalam menyelenggarakan perjalanan, khususnya perjalanan ibadah umrah dan haji maupun perjalanan spiritual lainnya. Haji adalah rukun islam yang kelima. Ibadah haji dilaksanakan pada bulan *Dzulhijjah* dan diwajibkan

This work is licensed under CC BY-SA.
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

bagi kaum muslimin yang telah mampu. Maksud dari mampu disini adalah memiliki bekal yang cukup untuk berangkat haji dan bekal bagi keluarga yang ditinggalkannya di rumah. Begitu juga dengan umrah yang bisa dilaksanakan pada bulan-bulan lain dalam kalender Islam (hijriah) selain *Dzulhijjah*.

Sebagaimana layaknya agensi *travel* umrah dan haji lainnya, PT Nafisah Indo Permata yang beralamat di Jl. Ngampelsari No. 8, Taman Candiloka, Ngampelsari, Kec. Candi, Kab. Sidoarjo ini juga menyelenggarakan acara *manasik* umrah sebelum jemaah melakukan umrah di tanah suci. *Manasik* adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh umat muslim sebagai persiapan fisik dan mental sebelum menjalankan ibadah umrah atau haji (Anugerah, 2023). *Manasik* penting dilakukan oleh umat muslim sebelum melakukan ibadah umrah atau haji agar umat muslim dapat melaksanakan ibadah tersebut dengan sungguh-sungguh dan penuh ketakwaan. *Manasik* juga bisa membantu umat muslim dalam menjalankan ibadah dengan mudah dan lancar.

Nafisah Tour Travel mempromosikan *travel* umrah dan haji mereka menggunakan metode *direct selling*, dengan menyebarkan brosur dan kartu nama. Selain itu, Nafisah Tour Travel juga memanfaatkan *digital marketing* sebagai sebuah strategi untuk mempromosikan *travel* umrah dan haji mereka melalui media sosial Instagram. Namun, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh Nafisah Tour Travel dalam upaya memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk membuat konten-konten yang menarik perhatian audiens. Beberapa permasalahan tersebut diantara lain: (1) kurangnya pemahaman terkait bagaimana membuat konten visual yang menarik dan efektif di Instagram, (2) terbatasnya sumber daya manusia yang mempunyai keahlian dalam pembuatan konten visual yang menarik, dan (3) kurangnya konsistensi dalam mengunggah konten di Instagram. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberi pendampingan kepada tim Nafisah Tour Travel dalam meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan di media sosial Instagram. Selain itu, pengabdian juga dimaksudkan untuk membantu meningkatkan kredibilitas dan jangkauan akun Instagram Nafisah Tour Travel.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan yang dilaksanakan berupa program magang dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) yang bekerjasama dengan PT Nafisah Indo Permata. Kegiatan ini dilaksanakan sejak tanggal 1 Agustus 2024 hingga 30 November 2024. Kegiatan magang ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap pra pelaksanaan, pelaksanaan, dan terakhir pasca pelaksanaan. Pada tahap pertama, tim pengabdian melakukan diskusi dan observasi dengan Direktur Utama PT Nafisah Indo Permata di kantor Nafisah Tour Travel yang berada di Jl. Ngampelsari No. 8, Taman Candiloka, Ngampelsari, Kec. Candi, Kab. Sidoarjo. Tahap pra pelaksanaan tersebut dimulai dengan meminta perizinan dari Direktur Utama PT Nafisah Indo Permata untuk melakukan program kegiatan magang dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Setelah itu, tim pengabdian berdiskusi untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang dialami oleh Nafisah Tour Travel.

Tahap kedua meliputi pelaksanaan kegiatan magang yakni membuat konten promosi dan edukasi tentang umrah di media sosial Instagram milik PT Nafisah Indo Permata. Selain membuat konten desain grafis, mahasiswa juga membantu untuk mendokumentasikan acara kegiatan *manasik* umrah yang dilaksanakan pada tanggal 11 dan 25 Agustus 2024. Lokasi kegiatan *manasik* umrah yang pertama dilaksanakan di Musala Nur Tsani yang berada tepat dibelakang kantor PT Nafisah Indo Permata. Untuk acara manasik umrah yang kedua dilaksanakan di *ballroom* Sun Hotel Sidoarjo.

Yang terakhir adalah tahap ketiga, yakni pasca pelaksanaan. Dalam tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah evaluasi terhadap hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk melihat seberapa jauh tujuan yang telah tercapai. Adapun sasaran kegiatan ini adalah masyarakat luas terutama yang ingin melaksanakan ibadah umrah dan haji. Indikator pencapaian dari kegiatan magang pada PT Nafisah Indo Permata sebagai berikut:

a) Masyarakat dapat mengenal Nafisah Tour Travel melalui konten-konten yang diunggah di Instagram
b) Masyarakat dapat mengetahui informasi adanya program promo umrah dari Nafisah Tour Travel melalui media sosial Instagram
c) Masyarakat dapat mengetahui informasi serta edukasi tentang umrah dan haji
d) Memperkuat citra positif Nafisah Tour Travel sebagai agensi travel umrah dan haji yang aman, nyaman, dan amanah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ini memberikan dampak positif bagi Nafisah Tour Travel selaku mitra kegiatan pengabdian. Lebih lanjut, kegiatan ini menjadi pengalaman yang cukup berharga bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) dalam meningkatkan keterampilan dalam bidang pemasaran

media digital atau yang biasa disebut *digital marketing*. Berikut ini adalah pembahasan dari sudut pandang mahasiswa berdasarkan tahapan-tahapan dalam program abdimas ini.

Pada tahapan pertama, mahasiswa melakukan diskusi dan observasi dengan direktur utama PT Nafisah Indo Permata. Dalam tahap pertama ini, mahasiswa magang dan Direktur Utama PT Nafisah Indo Permata berdiskusi dalam proses identifikasi permasalahan dan perancangan program. Setelah melakukan identifikasi permasalahan dan perancangan program, tim pengabdian menemukan bahwa terdapat beberapa permasalahan, yaitu kurangnya pemahaman terkait bagaimana membuat konten visual yang menarik dan efektif di Instagram, terbatasnya sumber daya manusia yang mempunyai keahlian dalam pembuatan konten visual yang menarik, dan kurangnya konsistensi dalam mengunggah konten di Instagram. Mahasiswa magang bersepakat dengan Direktur Utama PT Nafisah Indo Permata yang bernama ibu Chilyatun Nafis bahwa akan diadakan kegiatan pengabdian mulai tanggal 1 Agustus 2024 sampai tanggal 29 November 2024 yang mana seluruh kegiatan ini dibawah pengawasan Direktur Utama PT Nafisah Indo Permata. Terkait teknis perancangan program yakni setiap hari mahasiswa diharuskan untuk membuat satu konten *digital marketing* untuk mengenalkan Nafisah Tour Travel kepada masyarakat luas.



Gambar 1. Kegiatan Diskusi dan Observasi dengan Direktur Utama PT Nafisah Indo Permata

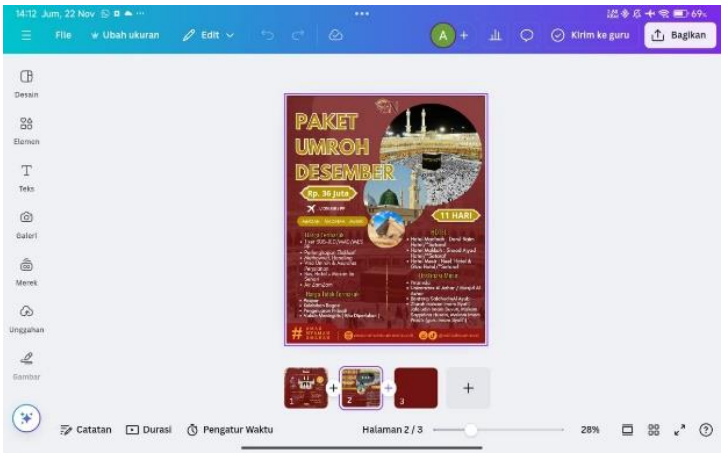
Tahap kedua merupakan tahap pelaksanaan yang adalah inti dari program pengabdian masyarakat, yang mana mahasiswa mengaplikasikan teori desain grafis yang telah diajarkan dalam perkuliahan. Desain grafis menurut Dewojati (2009) mempunyai 3 fungsi dasar yaitu, (1) identifikasi , (2) instruksi dan informasi, dan (3) promosi dan presentasi. Dalam tahap ini, mahasiswa diberi kebebasan untuk membuat desain konten apapun asalkan memiliki keterkaitan dengan ibadah umrah dan haji. Pengalaman langsung dalam dunia industri ini memberikan tantangan tersendiri bagi mahasiswa untuk mendorong kemampuan berpikir kreatif dan kritis dalam menghasilkan sebuah desain konten yang menarik.



Gambar 2. Akun Instagram Nafisah Tour Travel




Gambar 3 dan 4. Pelaksanaan Pembuatan Desain Konten untuk Instagram



Gambar 5 dan 6. Contoh Hasil Desain Konten Promosi dan Edukasi Umrah

Hasil karya yang dibuat oleh mahasiswa magang lalu diunggah di akun media sosial Instagram milik Nafisah Tour Travel. Melalui proses pengunggahan konten yang telah dibuat mahasiswa magang ini, pihak mitra dapat mengetahui bagaimana tanggapan audiens atau *follower* dari Nafisah Tour Travel dengan melihat dari jumlah *like*, *comment*, dan *share*. Hal ini juga memberikan pengalaman yang nyata bagi mahasiswa magang dalam dunia media digital.



Gambar 7 dan 8. Contoh Hasil Desain Konten Promosi dan Edukasi Umrah yang Diunggah di Instagram Nafisah Tour Travel

Selain membuat konten promosi dan edukasi tentang umrah dan haji untuk *feeds* Instagram, mahasiswa juga berkesempatan untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan *manasik* dan pemberangkatan jemaah umrah dari Nafisah Tour Travel. Mahasiswa diberi tugas oleh direktur utama PT Nafisah Indo Permata untuk mendokumentasikan seluruh rangkaian acara manasik dan pemberangkatan jemaah umrah.





Gambar 8 dan 9. Dokumentasi Manasik dan Keberangkatan Jemaah Umrah Nafisah Tour Travel

Hasil dokumentasi tersebut kemudian diunggah ke akun Instagram @nafisah.tourtravel sebagai sarana testimoni untuk menggaet calon jemaah yang hendak melaksanakan ibadah umrah ataupun haji. Dalam dunia industri, testimoni sangatlah penting. Dampak dari testimoni menurut Partao (2014) yaitu, (1) berkurang atau bahkan menghilangkan keraguan pada calon konsumen, (2) berkurang atau bahkan menghilangkan perasaan takut akan risiko kerugian pada calon konsumen, dan (3) semakin meyakinkan calon konsumen untuk tidak ragu-ragu ketika hendak membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa.





Gambar 10 dan 11. Hasil Dokumentasi Kegiatan Manasik dan Pemberangkatan Jemaah Umrah yang Diunggah di Akun Instagram Nafisah Tour Travel

Pada tahap evaluasi, tim pengabdian melakukan analisis terhadap seluruh kegiatan dari mulai pra pelaksanaan, pelaksanaan hingga pasca pelaksanaan. Tahap evaluasi mencakup ada atau tidaknya pengaruh terhadap program abdimas yang telah dilakukan.



Gambar 12. Insight akun Instagram Nafisah Tour Travel

Tolak ukur kesuksesan dari digital marketing adalah saat sebuah produk atau jasa yang ditawarkan menjadi bahan pembicaraan atau telah dikenal luas oleh masyarakat. Pada gambar nomor 12 di atas yang merupakan bukti tangkapan layar halaman *insight* dari akun Instagram Nafisah Tour Travel, jumlah akun yang telah dijangkau selama 90 hari terakhir berjumlah 1.335 dengan 91,2 % di antaranya bukan pengikut dari Nafisah Tour Travel dan sisanya dari pengikut Nafisah Tour Travel. Ini menunjukkan indikator pencapaian dari kegiatan abdimas ini telah terpenuhi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari *insight* Instagram selama 90 hari terakhir, jangkauan akun Instagram Nafisah Tour Travel selaku mitra dalam kegiatan abdimas ini meningkat cukup signifikan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa program abdimas telah berhasil dan berdampak positif bagi mitra. Selain itu, program pengabdian ini juga memberikan manfaat yang nyata bagi mahasiswa UMSIDA dan pihak Nafisah Tour Travel selaku mitra. Melalui kerjasama ini, mahasiswa mendapat pengalaman langsung di dunia industri agensi *travel* umrah dan haji. Pada tahap pra pelaksanaan, mahasiswa melakukan diskusi dan observasi dengan direktur utama PT Nafisah Tour Travel untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Pada tahap pelaksanaan, mahasiswa membuat konten desain grafis visual yang mendorong kreativitas dan inovasi bagi mahasiswa. Pada tahap pasca pelaksanaan, melalui *insight* Instagram, hasil dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dapat dilihat dan dievaluasi.

Saran

Nafisah Tour Travel diharapkan untuk selalu konsisten dan terus mempertahankan kualitas konten-konten yang diunggah di media sosial serta memanfaatkan fitur iklan berbayar yang ada di media sosial untuk menjangkau masyarakat luas khususnya yang hendak menunaikan ibadah umrah.

DAFTAR REFERENSI

Anugerah, W. (2023, April 21). *Apa itu manasik: Pengertian, fungsi, dan cara melakukannya*. Localstartupfest. https://www.localstartupfest.id/faq/apa-itu-manasik/

Dewojati, R. K. W. (2009). Desain grafis sebagai media ungkap periklanan. *Imaji: Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, *7*(2), 175-182. http://dx.doi.org/10.21831/imaji.v7i2.6633

Fadhila, N., & Soesanto, H. (2016). Studi tentang social media marketing dan brand awareness, word of mouth terhadap minat beli produk Mommilk (Studi pada pengguna Instagram, mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, *5*(2), 1-9. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13961

Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *15*(2), 192–203. https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/601

Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., & Syarief, D. M. (2020). *Peradaban media sosial di era industri 4.0*. PT Cita Intrans Selaras.

Partao, Z. A. (2014). *Testimonial: Ketika pelanggan anda jadi ujung tombak tenaga marketing & penjualan yang paling militan*. Alaz Self Publishing.

Rahmadin, Prijana, & Yanto, A. (2017). Hubungan motivasi belanja online fashion dengan akses informasi instagram. *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*, *9*(2), 205–218. https://rjfahuinib.org/index.php/shaut/article/view/119

Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). Pengaruh konten post Instagram terhadap online Engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita. *Jurnal Teknik ITS*, *6*(1), 217–221. https://www.neliti.com/publications/134833/pengaruh-konten-post-instagram-terhadap-online-engagement-studi-kasus-pada-lima