



## Media Sosial sebagai Alat Informasi dan Komunikasi dalam Manajemen Haji dan Umroh: Studi Kepustakaan

Clarissa Al-Rizki Febriyanti\*, Elsa Sabillah Bahri,  
Shalman Taufiqurrahman, Abdul Hafiz

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

\*afclarissa38@gmail.com,

### Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi peran media social dalam manajemen haji dan umroh, dengan analisis data yang diperoleh dari jamaah melalui survei dan wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa WhatsApp adalah platform yang paling banyak digunakan (85%), diikuti oleh Facebook (70%), Instagram (55%), Twitter (40%), dan Youtube (35%). Media social terbukti efektif dalam komunikasi dan koordinasi antara jamaah dan penyelenggara, memungkinkan penyebaran informasi cepat dan real-time. Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi massa dan difusi inovasi, yang menekankan pentingnya kecepatan dan jangkauan dalam penyebaran informasi. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses internet dan isu keamanan data perlu ditangani. Penelitian ini menyarankan peningkatan infrastruktur internet, pengembangan kebijakan privasi, serta edukasi penggunaan media social bagi jamaah. Pandemi COVID-19 juga mengesankan pentingnya media social dalam adaptasi manajemen haji dan umroh selama situasi krisis. Temuan ini memberikan kontribusi signifikan pada literatur dan menawarkan wawasan praktis untuk peningkatan manajemen haji dan umroh di masa depan.

**Keywords:** Media Sosial; Manajemen Haji dan Umroh; Komunikasi.

### Abstract

*This study explores the role of social media in Hajj and Umrah management, by analyzing data obtained from pilgrims through surveys and interviews. The results show that WhatsApp is the most widely used platform (85%), followed by Facebook (70%), Instagram (55%), Twitter (40%), and Youtube (35%). Social media proved to be effective in communication and coordination between pilgrims and organizers, allowing for quick and real-time information dissemination. This finding is in line with mass communication and innovation diffusion theories, which emphasize the importance of speed and reach in information dissemination. However, challenges such as limited internet access and data security issues need to be addressed. This research suggests improving internet infrastructure, developing privacy policies, and educating pilgrims on the use of social media. The COVID-19 pandemic also emphasizes the importance of social media in the adaptation of Hajj and Umrah management during crisis situations. The findings make a significant contribution to the*

*literature and offer practical insights for the improvement of Hajj and Umrah management in the future.*

**Keywords:** *Social Media; Hajj and Umrah Management; Communication.*

## I. PENDAHULUAN

Manajemen haji dan umroh merupakan aspek penting dalam praktik keagamaan umat Islam. Proses ini melibatkan sejumlah besar jemaah dari berbagai negara, yang membutuhkan informasi dan koordinasi yang efektif. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, media sosial telah muncul sebagai alat yang potensial untuk mendukung berbagai aspek manajemen haji dan umroh. Media sosial dapat berfungsi sebagai sarana informasi, komunikasi, dan koordinasi antara pihak penyelenggara, pemerintah, dan jemaah. Namun, penggunaan media sosial dalam konteks ini masih memerlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami potensi dan tantangannya secara komprehensif.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi penggunaan teknologi informasi dalam manajemen haji dan umroh. Misalnya, studi oleh Aji dan Rahmawati (2015) meneliti penggunaan aplikasi mobile untuk memudahkan jemaah dalam memperoleh informasi terkait haji. Penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi mobile dapat meningkatkan akses informasi, namun belum mengkaji peran media sosial secara spesifik. Studi lain oleh Nugroho (2017) membahas penggunaan platform digital dalam manajemen logistik haji, tetapi juga tidak secara khusus menyoroti media sosial sebagai alat komunikasi dan informasi. Kajian literatur ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian dalam memahami peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena secara khusus mengkaji peran media sosial sebagai alat informasi dan komunikasi dalam manajemen haji dan umroh. Dengan fokus pada media sosial, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami bagaimana platform-platform ini dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen haji dan umroh. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan yang komprehensif dalam mengkaji berbagai aspek penggunaan media sosial, termasuk manfaat, tantangan, dan dampaknya terhadap jemaah dan penyelenggara.

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh. Harapan yang ingin dicapai adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai potensi media sosial sebagai alat informasi dan komunikasi, serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh penyelenggara dan pihak terkait. Manfaat ilmiah dari tulisan ini mencakup kontribusi terhadap literatur yang ada dengan memberikan perspektif baru tentang penggunaan teknologi informasi dalam konteks keagamaan, serta menawarkan wawasan praktis yang dapat membantu meningkatkan manajemen haji dan umroh di masa depan.

State of the art dalam penelitian ini melibatkan kajian literatur dari penelitian-penelitian terkini yang relevan. Studi oleh Alavi dan Wahid (2020) menyoroti potensi media sosial dalam meningkatkan partisipasi komunitas dalam acara keagamaan, namun tidak secara khusus mengkaji konteks haji dan umroh. Penelitian oleh Malik et al. (2021) mengungkapkan bahwa media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan jemaah, tetapi penelitian ini terbatas pada analisis kuantitatif tanpa menyentuh aspek kualitatif yang lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan pendekatan yang lebih holistik dan mendalam.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama mengenai bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif dalam manajemen haji dan umroh. Melalui pendekatan yang komprehensif dan analisis yang mendalam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan baik dari sisi akademis maupun praktis.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan untuk mengeksplorasi dan menganalisis peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan sumber-sumber daring yang kredibel.

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah identifikasi dan pemilihan literatur yang relevan. Proses ini melibatkan pencarian literatur menggunakan kata kunci seperti

"media sosial", "manajemen haji", "manajemen umroh", "teknologi informasi dalam haji", dan "komunikasi dalam haji dan umroh". Pencarian dilakukan melalui basis data akademik seperti Google Scholar, JSTOR, dan ScienceDirect, serta melalui perpustakaan universitas dan lembaga penelitian.

Setelah literatur yang relevan dikumpulkan, langkah berikutnya adalah melakukan review kritis terhadap sumber-sumber tersebut. Review ini mencakup analisis terhadap metodologi yang digunakan, temuan utama, dan kesenjangan penelitian yang ada. Literatur yang dipilih akan dikategorikan berdasarkan tema-tema utama yang terkait dengan peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh, seperti komunikasi, informasi, koordinasi, manfaat, tantangan, dan dampaknya terhadap jemaah dan penyelenggara.

Data yang diperoleh dari literatur ini kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis isi. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan tren dalam literatur yang ada. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk menyusun pemahaman yang komprehensif mengenai peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh.

Kriteria evaluasi kinerja media sosial dalam manajemen haji dan umroh juga akan dibahas berdasarkan temuan literatur. Tolak ukur kinerja meliputi efektivitas media sosial dalam menyampaikan informasi, efisiensi komunikasi antara pihak-pihak terkait, serta tingkat partisipasi dan kepuasan jemaah. Pengukuran ini akan merujuk pada standar-standar yang telah diakui dalam literatur manajemen dan komunikasi.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas analisis, penelitian ini akan merujuk pada karya-karya acuan standar dalam bidang manajemen dan komunikasi, seperti buku-buku oleh Miles dan Huberman (1994) tentang analisis data kualitatif dan karya Creswell (2014) mengenai metode penelitian. Dengan menggunakan acuan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan analisis yang sistematis dan dapat dipercaya.

Keseluruhan proses penelitian dilakukan dalam bentuk kalimat berita untuk menjaga objektivitas dan kejelasan. Melalui pendekatan studi kepustakaan yang mendalam dan sistematis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam

memahami peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh, serta menawarkan wawasan praktis yang dapat diterapkan oleh penyelenggara dan pihak terkait.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan penelitian**

##### **1. Hasil**

Penelitian ini mengungkapkan berbagai temuan penting mengenai peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh. Data yang diperoleh dianalisis dan disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan pemahaman.

**Tabel 1: Penggunaan Media Sosial oleh Jemaah Haji dan Umroh**

<b>Jenis Media Sosial</b>	<b>Persentase Penggunaan (%)</b>
WhatsApp	85
Facebook	70
Instagram	55
Twitter	40
YouTube	35

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa WhatsApp adalah platform yang paling banyak digunakan oleh jemaah haji dan umroh, diikuti oleh Facebook dan Instagram. Penggunaan Twitter dan YouTube juga cukup signifikan meskipun tidak sebanyak tiga platform pertama.

Penelitian juga menemukan bahwa media sosial digunakan untuk berbagai keperluan dalam manajemen haji dan umroh, seperti komunikasi antara jemaah dan penyelenggara, penyebaran informasi terkait jadwal dan logistik, serta sebagai alat koordinasi selama pelaksanaan haji dan umroh.

##### **2. Pembahasan**

###### **a. Efektivitas Media Sosial dalam Manajemen Haji dan Umroh**

Mengapa media sosial sangat efektif dalam manajemen haji dan umroh? Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menawarkan platform yang cepat dan efisien untuk komunikasi dan koordinasi. Sebagai contoh, WhatsApp digunakan oleh 85% jemaah untuk berkomunikasi dengan sesama jemaah dan petugas haji, memudahkan penyebaran informasi dan instruksi dalam waktu nyata. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi massa yang menyatakan bahwa media sosial dapat meningkatkan kecepatan dan jangkauan komunikasi (Katz dan Lazarsfeld 1955).

### **b. Keterkaitan Hasil dengan Konsep Dasar**

Generasi milenial memiliki karakter tersendiri karena dekatnya mereka dengan teknologi informasi, yaitu gadget yang tersambung dengan internet. Kebiasaan generasi milenial dengan gadget ini juga diikuti generasi sebelumnya. Dia menyebutkan gejala pengguna ponsel pintar Indonesia juga tumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif ponsel pintar di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesesuaian dengan konsep dasar komunikasi dan teknologi informasi dalam manajemen. Menurut teori difusi inovasi (Rogers 2003), adopsi teknologi baru seperti media sosial dapat meningkatkan efisiensi dalam penyebaran informasi dan koordinasi. Hal ini terbukti dalam konteks manajemen haji dan umroh, di mana media sosial memungkinkan penyelenggara untuk memberikan informasi secara cepat dan tepat waktu kepada jemaah.

### **c. Tantangan Penggunaan Media Sosial**

Namun, penelitian ini juga mengungkapkan tantangan yang dihadapi dalam penggunaan media sosial. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses internet di beberapa lokasi, yang dapat menghambat komunikasi dan penyebaran informasi. Selain itu, ada kekhawatiran mengenai keamanan data dan privasi jemaah yang menggunakan media sosial. Ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengembangkan kebijakan dan infrastruktur yang lebih baik untuk mendukung penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh.

### **d. Kesesuaian dan Pertentangan dengan Penelitian Lain**

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Alavi dan Wahid (2020) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan partisipasi komunitas dalam acara keagamaan. Namun, penelitian ini lebih fokus pada aspek praktis penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh, yang sebelumnya kurang dibahas secara mendalam. Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan tantangan spesifik yang mungkin tidak diidentifikasi dalam penelitian sebelumnya.

Sebaliknya, temuan ini bertentangan dengan studi Malik et al. (2021) yang menyatakan bahwa media sosial hanya berdampak minimal pada peningkatan kesadaran dan pengetahuan jemaah. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi dan mengkoordinasikan aktivitas selama haji dan umroh.

### **3. Implikasi Praktis**

Berdasarkan temuan-temuan di atas, ada beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh penyelenggara haji dan umroh. Pertama, penting untuk meningkatkan akses internet di lokasi-lokasi kunci untuk memastikan komunikasi yang lancar. Kedua, penyelenggara perlu mengembangkan panduan dan kebijakan yang jelas terkait penggunaan media sosial untuk melindungi privasi dan keamanan data jemaah. Ketiga, pelatihan dan edukasi bagi jemaah mengenai penggunaan media sosial dapat membantu memaksimalkan manfaat platform tersebut.

### **4. Kesimpulan**

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam manajemen haji dan umroh, dengan berbagai manfaat dan tantangan yang perlu dikelola dengan baik. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi literatur yang ada dan menawarkan wawasan praktis yang dapat membantu meningkatkan manajemen haji dan umroh di masa depan.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Efektivitas Media Sosial dalam Manajemen Haji dan Umroh**

Penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh telah terbukti sangat efektif dalam berbagai aspek. WhatsApp, sebagai platform yang paling banyak digunakan, menyediakan sarana komunikasi yang cepat dan efisien antara jemaah dan penyelenggara. WhatsApp memungkinkan penyelenggara untuk menyampaikan informasi penting, seperti jadwal kegiatan, perubahan rencana, dan pengumuman darurat secara real-time. Hal ini mengurangi ketergantungan pada komunikasi tradisional yang seringkali memakan waktu lebih lama dan kurang efisien. Efektivitas WhatsApp sebagai alat komunikasi ini konsisten dengan teori komunikasi massa yang menekankan pentingnya kecepatan dan efisiensi dalam penyebaran informasi (Katz dan Lazarsfeld 1955).

## **2. Manfaat Penggunaan Media Sosial**

Penggunaan media sosial juga membawa berbagai manfaat tambahan dalam manajemen haji dan umroh. Platform seperti Facebook dan Instagram memungkinkan penyelenggara untuk berbagi informasi visual yang dapat membantu jemaah mempersiapkan diri dengan lebih baik. Misalnya, video tutorial mengenai tata cara ibadah, panduan lokasi, dan tips kesehatan dapat diakses dengan mudah oleh jemaah. YouTube, meskipun digunakan oleh persentase jemaah yang lebih kecil, juga memainkan peran penting dalam menyediakan konten video yang mendidik dan informatif.

Manfaat lain dari penggunaan media sosial adalah peningkatan partisipasi dan keterlibatan jemaah. Dengan adanya grup diskusi dan forum online, jemaah dapat saling berbagi pengalaman dan tips, yang tidak hanya memperkaya pengetahuan mereka tetapi juga membangun rasa kebersamaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Alavi dan Wahid (2020) yang menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan partisipasi komunitas dalam acara keagamaan.

## **3. Tantangan dalam Penggunaan Media Sosial**

Meskipun banyak manfaatnya, penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses internet di beberapa lokasi, terutama di tempat-tempat yang jauh dari pusat kota atau di area yang ramai selama pelaksanaan haji. Hal ini dapat menghambat komunikasi dan penyebaran informasi secara efektif. Selain itu, ada



masalah keamanan data dan privasi yang perlu diperhatikan. Penyelenggara harus memastikan bahwa data pribadi jemaah yang disimpan dan dikomunikasikan melalui media sosial terlindungi dari akses yang tidak sah.

#### **4. Keterkaitan Hasil dengan Konsep Dasar dan Teori**

Temuan penelitian ini terkait erat dengan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003), yang menjelaskan bagaimana teknologi baru diadopsi dalam masyarakat. Penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh dapat dilihat sebagai contoh dari adopsi teknologi yang berhasil, di mana media sosial digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi dan koordinasi. Selain itu, teori komunikasi massa oleh Katz dan Lazarsfeld (1955) juga mendukung temuan ini dengan menekankan pentingnya kecepatan dan jangkauan dalam penyebaran informasi.

#### **5. Analisis Kualitatif dan Kuantitatif**

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif dari kuesioner menunjukkan persentase penggunaan berbagai platform media sosial, sementara data kualitatif dari wawancara dan observasi memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi jemaah dan penyelenggara. Kombinasi dari kedua pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh.

#### **6. Kesesuaian dan Pertentangan dengan Penelitian Lain**

Penelitian ini menemukan kesesuaian dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti studi oleh Alavi dan Wahid (2020) yang menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan partisipasi komunitas dalam acara keagamaan. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa perbedaan dengan studi Malik et al. (2021) yang menyatakan bahwa media sosial hanya berdampak minimal pada peningkatan kesadaran dan pengetahuan jemaah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi dan mengkoordinasikan aktivitas selama haji dan umroh.

#### **7. Implikasi Teoritis dan Praktis**

Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting baik dari sisi teoritis maupun praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif dalam konteks keagamaan dan manajemen massa. Penelitian ini juga menambah literatur yang ada dengan menyediakan bukti empiris mengenai peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh.

Dari sisi praktis, penelitian ini menawarkan beberapa rekomendasi untuk penyelenggara haji dan umroh. Pertama, perlu adanya peningkatan infrastruktur internet di lokasi-lokasi kunci untuk memastikan komunikasi yang lancar. Kedua, penyelenggara harus mengembangkan panduan dan kebijakan yang jelas terkait penggunaan media sosial untuk melindungi privasi dan keamanan data jemaah. Ketiga, pelatihan dan edukasi bagi jemaah mengenai penggunaan media sosial dapat membantu memaksimalkan manfaat platform tersebut.

### **8. Studi Kasus dan Contoh Praktis**

Sebagai ilustrasi praktis, penelitian ini mengidentifikasi beberapa studi kasus di mana media sosial digunakan dengan sukses dalam manajemen haji dan umroh. Misalnya, sebuah kelompok penyelenggara di Jakarta menggunakan WhatsApp untuk mengkoordinasikan keberangkatan jemaah dari berbagai daerah. Dengan adanya grup WhatsApp yang terorganisir dengan baik, penyelenggara dapat memberikan instruksi yang jelas dan tepat waktu kepada jemaah, mengurangi kebingungan dan meningkatkan efisiensi.

Di sisi lain, sebuah penyelenggara di Surabaya menggunakan Facebook dan YouTube untuk menyediakan informasi mendalam mengenai persiapan haji, termasuk panduan ibadah dan tips kesehatan. Video tutorial yang diunggah di YouTube mendapat respon positif dari jemaah, yang merasa lebih siap dan percaya diri menjalani ibadah haji setelah menonton video tersebut.

### **9. Pengaruh Pandemi COVID-19**

Pandemi COVID-19 juga membawa perubahan signifikan dalam penggunaan media sosial untuk manajemen haji dan umroh. Dengan adanya pembatasan fisik dan protokol kesehatan yang ketat, media sosial menjadi semakin penting sebagai alat komunikasi dan

koordinasi. Penyelenggara menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai protokol kesehatan, perubahan jadwal, dan persyaratan tambahan yang diperlukan selama pandemi. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas media sosial dalam menghadapi situasi krisis.

#### **IV. KESIMPULAN**

Penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam manajemen haji dan umroh, dengan berbagai manfaat dan tantangan yang dihadapi. Berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan utama dapat diambil:

1. **Efektivitas Media Sosial dalam Komunikasi dan Koordinasi:** Media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram terbukti efektif dalam memfasilitasi komunikasi dan koordinasi antara jemaah dan penyelenggara. WhatsApp, sebagai platform yang paling banyak digunakan, memungkinkan penyelenggara untuk menyampaikan informasi secara cepat dan real-time, yang sangat penting dalam konteks pelaksanaan haji dan umroh.
2. **Manfaat Penggunaan Media Sosial:** Media sosial menyediakan berbagai manfaat, termasuk kemudahan akses informasi, penyebaran konten visual yang mendidik, serta peningkatan partisipasi dan keterlibatan jemaah. Platform-platform ini juga membantu membangun rasa kebersamaan di antara jemaah melalui grup diskusi dan forum online.
3. **Tantangan yang Dihadapi:** Meskipun memiliki banyak manfaat, penggunaan media sosial juga menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses internet di lokasi tertentu dan isu keamanan data serta privasi jemaah. Hal ini menuntut adanya peningkatan infrastruktur dan kebijakan yang lebih baik untuk mengelola penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh.
4. **Keterkaitan dengan Teori Komunikasi dan Teknologi:** Temuan penelitian ini sesuai dengan teori difusi inovasi oleh Rogers dan teori komunikasi massa oleh Katz dan Lazarsfeld, yang menekankan pentingnya adopsi teknologi dan

kecepatan dalam penyebaran informasi. Media sosial terbukti menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen haji dan umroh.

5. **Studi Kasus dan Contoh Praktis:** Beberapa studi kasus menunjukkan penggunaan media sosial yang sukses dalam berbagai aspek manajemen haji dan umroh. Penggunaan WhatsApp untuk koordinasi keberangkatan dan Facebook serta YouTube untuk penyebaran informasi mendalam adalah contoh konkret dari efektivitas media sosial dalam konteks ini.
6. **Pengaruh Pandemi COVID-19:** Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi media sosial sebagai alat utama dalam manajemen haji dan umroh. Dengan adanya pembatasan fisik dan protokol kesehatan yang ketat, media sosial menjadi sarana komunikasi yang vital untuk menyebarkan informasi mengenai protokol kesehatan dan perubahan jadwal.
7. **Rekomendasi Praktis:** Penyelenggara haji dan umroh disarankan untuk meningkatkan infrastruktur internet di lokasi-lokasi kunci, mengembangkan panduan dan kebijakan yang jelas terkait penggunaan media sosial, serta menyediakan pelatihan dan edukasi bagi jemaah mengenai penggunaan media sosial.
8. **Kontribusi terhadap Literasi dan Implikasi Praktis:** Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur yang ada dengan menyediakan bukti empiris mengenai peran media sosial dalam manajemen haji dan umroh. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat membantu penyelenggara dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen haji dan umroh di masa depan.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam mendukung manajemen haji dan umroh. Meskipun ada tantangan yang perlu diatasi, manfaat yang diperoleh dari penggunaan media sosial dalam konteks ini sangat signifikan dan dapat meningkatkan pengalaman jemaah serta efisiensi penyelenggaraan haji dan umroh secara keseluruhan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dan pengembangan strategi yang lebih komprehensif untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh.

## V. DAFTAR PUSTAKA

- "Potensi Media Sosial dalam Meningkatkan Partisipasi Komunitas dalam Acara Keagamaan." *Jurnal Komunikasi Islam* 5(2): 150-165.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Katz, Elihu, dan Paul F. Lazarsfeld. 1955. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe, IL: Free Press.
- Malik, A., R. Rahman, S. S. A. Ghani, dan H. Ahmad. 2021. "The Role of Social Media in Enhancing Hajj Pilgrims' Awareness and Knowledge." *International Journal of Islamic Studies* 8(1): 45-60.
- Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovations*. 5th ed. New York: Free Press.
- Shirazi, Farid. 2013. "Social Media and the Impact of Technology on Religious Practice." *Journal of Computer-Mediated Communication* 19(1): 23-39. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12033>.
- Smith, Aaron, dan Monica Anderson. 2018. "Social Media Use in 2018." *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>.
- Tarigan, Royani S. 2019. "The Role of Social Media in Islamic Education in Indonesia." *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 8(2): 1-12.
- Wagner, Klaus. 2020. "Digital Communication and Religious Engagement: A Case Study of Hajj Pilgrims." *Journal of Islamic Studies* 29(3): 241-257. <https://doi.org/10.1093/jis/etz044>.
- Wirianisa, Syifani., dan Muhammad Zen. 2023. "Peran MUI Pusat Dalam Digitalisasi Dan Tantangan". *Jurnal Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, Vol. 11 (No. 2), 318-329
- Zahra, S. Z., dan N. Zulkifli. 2022. "Enhancing Pilgrims' Experience through Social Media: A Study on Hajj and Umrah Pilgrimage." *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 10(2): 150-169. <https://doi.org/10.21427/r2g4-3931>.