Bridge : Jurnal publikasi Sistem Informasi dan Telekomunikasi
Volume 3, Nomor 4, November 2025
E-ISSN: 3046-725X; P-ISSN: 3046-7268, Hal. 85-90
DOI: https://doi.org/10.62951/bridge.v2i3.133
Available online at: https://journal.aptii.or.id/index.php/Bridge

Inovasi Layanan Manajemen Haji dan Umroh : Memanfaatkan Media Sosial untuk Edukasi dan Informasi Jamaah

Muhammad Nauval Hazieq [1*], Wardatul Hamro [2], Abdul Hafiz [3]
[1,2,3] Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia
Email : muhammadhazieqnauval@gmail.com wardatul.hamro04@gmail.com abdulhfz45@gmail.com

Abstract *Innovation in Hajj and Umrah management through the use of social media holds significant potential to enhance service efficiency and quality. Social media platforms like Facebook, Instagram, Twitter, and WhatsApp can be used to quickly and accurately provide education and information to pilgrims. Organizers can deliver guidelines, health tips, and real-time updates about conditions in the holy land, and respond to pilgrims' questions and complaints more efficiently. This research explores how social media can be integrated into Hajj and Umrah management to improve service quality and risk management, focusing on the role of social media in education, responsiveness, and risk management. The findings indicate that social media is effective in disseminating information and enhancing interaction between organizers and pilgrims, though challenges exist in technology access gaps and the risk of spreading inaccurate information.*

Keywords*: Hajj and Umrah ; Social Media ; Service Innovation*

Abstrak Inovasi dalam manajemen haji dan umroh melalui pemanfaatan media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp dapat digunakan untuk memberikan edukasi dan informasi kepada jamaah secara cepat dan akurat. Penyelenggara dapat menyampaikan panduan, tips kesehatan, dan update kondisi terkini di tanah suci secara real-time, serta merespons pertanyaan dan keluhan jamaah dengan lebih efisien. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana media sosial dapat diintegrasikan dalam manajemen haji dan umroh untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengelolaan risiko, dengan fokus pada peran media sosial dalam edukasi, responsivitas, dan pengelolaan risiko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan interaksi antara penyelenggara dan jamaah, meskipun ada tantangan dalam kesenjangan akses teknologi dan risiko penyebaran informasi yang tidak akurat.

Kata kunci : Manajemen Haji dan Umroh ; Media Sosial ; Inovasi Layanan

I. PENDAHULUAN

Ibadah haji dan umroh adalah dua dari lima rukun Islam yang memiliki nilai spiritual dan sosial yang sangat penting bagi umat Muslim. Setiap tahunnya, jutaan Muslim dari seluruh dunia melakukan perjalanan ke Mekkah, Arab Saudi, untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh. Perjalanan ini melibatkan persiapan yang intensif, baik dari sisi spiritual, fisik, maupun logistik. Dengan meningkatnya jumlah jamaah setiap tahun, tantangan dalam manajemen dan pelayanan haji dan umroh semakin kompleks. Untuk mengatasi tantangan ini, inovasi dalam layanan manajemen sangat diperlukan agar penyelenggaraan ibadah ini dapat berjalan dengan lancar, aman, dan nyaman.

Salah satu inovasi yang memiliki potensi besar adalah pemanfaatan media sosial dalam manajemen haji dan umroh. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp memungkinkan akses cepat dan luas terhadap informasi, serta memungkinkan interaksi langsung antara pengguna. Potensi media sosial sebagai alat edukasi dan informasi

Received: Mei 10, 2024; Revised: Juni 15, 2024; Accepted: Juli 09 2024; Online Available: Juli 13, 2024;

dalam konteks haji dan umroh sangat besar, terutama mengingat kebutuhan jamaah akan informasi yang akurat, tepat waktu, dan mudah diakses.

Media sosial dapat berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang efektif antara penyelenggara haji dan umroh dengan jamaah. Melalui media sosial, penyelenggara dapat menyampaikan informasi penting terkait persiapan, pelaksanaan, dan kepulangan jamaah secara real-time. Selain itu, media sosial juga memungkinkan penyelenggara untuk merespons pertanyaan dan keluhan jamaah dengan cepat dan efisien, serta memberikan update mengenai kondisi terkini di tanah suci. Dengan demikian, media sosial dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan pengelolaan risiko yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana media sosial dapat diintegrasikan dalam manajemen haji dan umroh untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengelolaan risiko. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi peran media sosial dalam memberikan edukasi dan informasi kepada jamaah, meningkatkan responsivitas dan kepedulian penyelenggara, serta mengelola risiko melalui penyebaran informasi yang cepat dan akurat. Dengan demikian, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif dalam memanfaatkan media sosial untuk mendukung penyelenggaraan ibadah haji dan umroh yang lebih baik dan aman.

Melalui penelitian ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan layanan manajemen haji dan umroh yang lebih inovatif dan responsif terhadap kebutuhan jamaah. Dengan memanfaatkan potensi media sosial secara optimal, diharapkan penyelenggaraan haji dan umroh dapat dilakukan dengan lebih efisien, efektif, dan memberikan pengalaman ibadah yang lebih khusyuk dan nyaman bagi para jamaah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan wawancara mendalam. Data dikumpulkan dari berbagai sumber terpercaya, termasuk jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan dokumen resmi dari lembaga terkait. Wawancara mendalam dilakukan dengan beberapa pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan haji dan umroh, seperti penyelenggara haji dan umroh, jamaah, dan pakar teknologi informasi. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif mengenai penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan media sosial telah membuka jalan baru dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umroh, tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk meningkatkan pengalaman dan keamanan jamaah. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp, penyelenggara dapat memberikan edukasi yang mendalam mengenai persiapan ibadah, panduan pelaksanaan, serta informasi terkini seputar kondisi di tanah suci. Penggunaan infografis, video tutorial, dan sesi live telah membantu jamaah memahami dengan lebih baik tahapan-tahapan ibadah yang harus mereka lalui, sementara pesan-pesan langsung via WhatsApp memastikan mereka tetap terinformasi secara real-time.

Responsivitas yang ditingkatkan melalui media sosial, seperti Twitter dan WhatsApp, memberikan jamaah kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan penyelenggara, menyampaikan pertanyaan, keluhan, atau permintaan dengan cepat dan efisien. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan jamaah, tetapi juga memungkinkan penyelenggara untuk melakukan perbaikan layanan secara langsung berdasarkan umpan balik yang diterima. Tidak hanya itu, media sosial juga menjadi alat penting dalam mengelola risiko dengan menyediakan informasi real-time tentang kondisi cuaca, keamanan, dan kesehatan. Informasi ini memungkinkan jamaah untuk mengambil tindakan pencegahan yang tepat dan mempersiapkan diri sebelum berangkat, serta memberikan fleksibilitas dalam menanggapi perubahan mendadak yang terjadi selama perjalanan ibadah.

Namun, tantangan tidak bisa diabaikan. Kesenjangan akses teknologi di antara jamaah dan risiko penyebaran informasi yang tidak akurat adalah hal-hal yang perlu diperhatikan dengan serius. Penyelenggara harus terus mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa semua jamaah mendapatkan informasi yang akurat dan relevan, serta mendapatkan dukungan dalam mengatasi kendala teknologi.

Dengan demikian, melalui penggunaan yang bijak dan strategis, media sosial bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi fondasi yang kuat dalam menjaga keselamatan, memperkaya pengalaman ibadah, dan meningkatkan kualitas pelayanan dalam penyelenggaraan haji dan umroh.

Penggunaan Media Sosial dalam Edukasi Jamaah

Media sosial telah terbukti efektif dalam menyebarkan informasi kepada jamaah terkait persiapan haji dan umroh. Platform seperti Facebook dan Instagram dimanfaatkan untuk menyajikan infografis, video tutorial, dan sesi live yang membantu jamaah memahami tahapan-tahapan ibadah dengan lebih baik. Infografis memberikan visualisasi yang jelas tentang prosedur dan persyaratan yang harus dipenuhi, sementara video tutorial memperlihatkan secara

langsung bagaimana melaksanakan ibadah dengan benar. Sesi live memungkinkan interaksi langsung antara penyelenggara dengan jamaah, di mana mereka dapat bertanya langsung dan mendapatkan jawaban secara real-time. WhatsApp juga digunakan untuk mengirimkan pesan-pesan pengingat dan informasi penting ke ponsel jamaah, memastikan mereka tetap terhubung dengan informasi terbaru kapan pun diperlukan.

Meningkatkan Responsivitas dan Kepedulian

Kehadiran penyelenggara dalam media sosial, seperti Twitter dan WhatsApp, memungkinkan respons yang lebih cepat terhadap pertanyaan dan keluhan jamaah. Interaksi langsung ini tidak hanya meningkatkan kepuasan jamaah karena mereka merasa didengar, tetapi juga memberikan solusi cepat terhadap masalah yang mereka hadapi. Berkat platform ini, jamaah dapat dengan mudah mengajukan pertanyaan secara langsung, dan penyelenggara dapat merespons dengan informasi yang akurat dan relevan dalam waktu singkat. Selain itu, penyelenggara dapat menggunakan umpan balik dari jamaah untuk melakukan perbaikan layanan secara langsung, meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

Mengelola Risiko melalui Informasi Real-time

Salah satu keunggulan utama media sosial dalam manajemen haji dan umroh adalah kemampuannya untuk menyebarkan informasi real-time mengenai kondisi cuaca, keamanan, dan kesehatan. Misalnya, penyelenggara dapat memberikan informasi terkini mengenai vaksinasi yang diperlukan atau langkah-langkah pencegahan terhadap penyakit menular seperti COVID-19. Dengan adanya informasi ini, jamaah dapat mengambil tindakan preventif yang tepat dan mempersiapkan diri dengan baik sebelum melakukan perjalanan. Selain itu, penyelenggara dapat memberikan update segera jika terjadi perubahan mendadak, seperti penundaan jadwal atau perubahan rute perjalanan, sehingga jamaah dapat mengatur ulang rencana mereka dengan lebih baik.

Tantangan dan Hambatan

Meskipun media sosial menawarkan banyak keuntungan, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah kesenjangan akses teknologi di antara jamaah. Tidak semua jamaah memiliki akses yang sama terhadap teknologi dan internet, terutama mereka yang berasal dari daerah terpencil atau kelompok usia lanjut yang mungkin kurang terbiasa dengan teknologi digital. Hal ini bisa menjadi hambatan dalam menyampaikan informasi secara merata kepada seluruh jamaah. Selain itu, risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks juga perlu diwaspadai. Penyelenggara harus secara aktif memverifikasi kebenaran informasi sebelum disebarkan dan memberikan edukasi kepada jamaah tentang cara membedakan informasi yang valid.

Dengan memahami dan mengatasi tantangan ini, penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh dapat memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kualitas layanan, meminimalisir risiko, dan memberikan pengalaman ibadah yang lebih baik bagi jamaah. Diharapkan, integrasi media sosial dalam manajemen haji dan umroh akan terus berkembang untuk mendukung penyelenggaraan ibadah dengan lebih efisien dan aman di masa depan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan manajemen haji dan umroh. Penggunaan media sosial memungkinkan penyelenggara untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan efisien, memberikan edukasi yang mendalam kepada jamaah, dan merespons pertanyaan serta keluhan secara real-time. Media sosial juga membantu dalam pengelolaan risiko dengan menyediakan informasi real-time tentang kondisi cuaca, kesehatan, dan keamanan, sehingga jamaah dapat mengambil tindakan pencegahan yang tepat.

Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi, termasuk kesenjangan akses teknologi di antara jamaah dan risiko penyebaran informasi yang tidak akurat. Penyelenggara harus mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa semua jamaah mendapatkan informasi yang akurat dan relevan serta mendapatkan dukungan dalam mengatasi kendala teknologi.

Secara keseluruhan, integrasi media sosial dalam manajemen haji dan umroh dapat memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kualitas layanan, meminimalisir risiko, dan memberikan pengalaman ibadah yang lebih baik bagi jamaah. Diharapkan, penggunaan media sosial dalam manajemen haji dan umroh akan terus berkembang dan mendukung penyelenggaraan ibadah yang lebih efisien, efektif, dan aman di masa depan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Curran, J., & Meuter, M. (2005). Self-service technology adoption: Comparing three technologies. *Journal of Services Marketing, 19*(2), 103-113.

Harahap, R.A. (2019). *Perencanaan Peningkatan Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah Pada Travel An Cipta Wisata Cabang Riau Pekanbaru* (Skripsi). Riau: UIN Sultan Syarif Kasim.

Husein, U. (2023). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Kasmir. (2015). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Graya Grafindo Persada.

Kifli, D. (2020). *Manajemen Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah PT. PATUNA Tour and Travel* (Skripsi). Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Komariah, A., & Satori, D. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Kontributor. (2020). Digitalisasi Haji dan Umrah dan Ibadah Bi Salamin Aminin. Diakses dari https://kemenag.go.id/read/digitalisasi-haji-dan-umrah-di-saudi-dan-ibadah-bisalamin-aminin-18nzd pada 26 Juni 2024.

Kotler, P. (2021). *Manajemen Pemasaran: Marketing 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, Jilid 1*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Mahrun, R.S. (2020). *Pengaruh Self-Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah* (Skripsi). Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.

Moenir, A.S. (2022). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Noor, M. (2018). Haji dan Umrah. *Jurnal Humaniora Teknologi, 4*(1), 38-42.

Payne, A. (2020). *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*. Yogyakarta: Andi Offset.