E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Efektivitas *Live Streaming* Tik Tok Sebagai Media Promosi Ibadah Umroh Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Dengan Influecer Satya Budi Utama

Melia sahputri[1], Eka Sri Wahyuni[2], Kustin Hartini[3]
[1]Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu, meliasahputri@gmail.com
[2]Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu,
eka_sri@mail.uinfasbengkulu.ac.id,
[3]Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu,
kustin.hartini@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis efektivitas live streaming tik tok sebagai media promosi ibadah umroh yang diselenggarakan oleh PT BSTravel di kota bengkulu. Program ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif live streaming tik tok dalam menarik minat dan kepercayaan calon jamaah sehingga pihak travel meningkat setiap tahun jumlah jamaah ny. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi,wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk memahami efektivitas,tantangan serta dampak dari program live streaming ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program live streaming tik tok di pt BSTravel memiliki struktur yang sistematis,mencakup tim marketing live serta host livenya. Namun terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan waktu live jika tidak di jadwalkan jauh-jauh hari dan perlengkapan digital lainnya. Meskipun demikian, program ini secara umum berhasil meningkatkan jumlah jamaah dari tahun ke tahun.

Kata kunci : *Live streaming tiktok, PT BSTravel, ibadah umroh*

Abstract

This study analyzes the effectiveness of TikTok live streaming as a promotional medium for Umrah pilgrimages organized by PT BSTravel in Bengkulu City. The program aims to determine how effectively TikTok live streaming attracts the interest and trust of prospective pilgrims, thereby enabling the travel agency to increase its annual pilgrim numbers. A qualitative research approach was employed, utilizing data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. The collected data were analyzed descriptively to understand the effectiveness, challenges, and impact of this live streaming program. The results indicate that PT BSTravel's TikTok live streaming program is systematically structured, involving a dedicated live marketing team and live hosts. However, there are challenges, such as time constraints when sessions are not scheduled well in advance and issues regarding digital equipment. Nevertheless, the program has generally succeeded in increasing the number of pilgrims year over year.

Keywords: TikTok live streaming, PT BSTravel, Umrah pilgrimage

Corresponding Author:
Melia sahputri

Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu; meliasahputri@gmail.com

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dengan calon pelanggan. Salah satu *platform* yang tumbuh pesat adalah Tiktok. Aplikasi ini tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga membuka peluang besar untuk promosi bisnis, termasuk di sektor perjalanan ibadah seperti haji dan umroh. (Fitriani, 2022) Semakin tingginya minat masyarakat Indonesia untuk menunaikan ibadah umroh dari tahun ke tahun menyebabkan menjamurnya bisnis pada bidang tour and travel. Sejalan dengan semakin banyaknya bisnis pada bidang serupa menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan antar usaha tersebut. Dalam upaya untuk mengetahui keadaan persaingan antar usaha dalam bisnis *tour and travel,* maka setiap perusahaan melakukan analisa terhadap usaha *tour and travel* pesaing dan usahanya sendiri. Analisa tersebut dilakukan dengan mengenali kekuatan dan kelemahan perusahan sendiri dan pesaing.

Digitalisasi tidak hanya memfasilitasi komunikasi antara pemasar dan konsumen, tetapi juga komunikasi pribadi. Digitalisasi tentu memiliki dampak positif dan negatif, dampak yang dirasakan dan dialami oleh masing-masing penyedia informasi dapat disajikan, yaitu dampak positif. pertama, Selain menyederhanakan tujuan atau rencana yang telah dirumuskan oleh biro perjalanan, sistem digital juga dapat menekan biaya-biaya yang harus ditanggung oleh suatu usaha, seperti biaya promosi atau periklanan yang memakan banyak uang perusahaan, dan biaya membayar karyawan. Efektivitas dan efisiensi dirasakan oleh perusahaan biro perjalanan yang diteliti. (Timoty agustian berutu, 2024:359). Namun secara umum mereka masih menggabungkan sistem digital dengan sistem tradisional yang sudah berjalan selama ini. Kedua, dampak negatif sistem digital memang dapat membawa perubahan besar pada segala sesuatu, termasuk efek yang indah dan sangat baik dari sebuah destinasi, namun apa yang ditampilkan dalam bentuk gambar terkadang memiliki perbedaan dengan keadaan sebenarnya di lapangan. (Coviello, 2001:18-23)

Perbedaan, data publisitas yang dikomunikasikan tetap abstrak, tidak ada ukuran berapa banyak pelanggan yang akan diperoleh, persaingan yang meningkat dari perusahaandengan variasi bisnis yang sangat unik (termasuk bisnis perjalanan), dan penyebaran informasi negatif yang cepat tetap abstrak, tidak ada ukuran berapa banyak pelanggan yang akan diperoleh, persaingan yang meningkat dari perusahaandengan variasi bisnis yang sangat unik (termasuk bisnis perjalanan), dan penyebaran informasi negatif yang cepat. (Coviello, 2001:18-23) Digital Marketing merupakan penggunaan fasilitas internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Dengan begitu pemasaran digital dapat diartikan sebagai alat mediasi antara konsumen dengan penjual dalam berkomunikasi sehingga semakin mudahnya konsumen menjangkau penjual dan begitupun sebaliknya.

Pemasaran digital adalah upaya menggunakan media digital atau Internet untuk mempromosikan merek atau produk secara tepat waktu, relevan, dan personal untuk menjangkau konsumen. pemasaran digital mengacu pada kampanye pemasaran yang menggunakan media seperti blog, situs web, email, dan berbagai jaringan media sosial untuk promosi merek. Bahwa hampir 100.051 jiwa jamaah Indonesia akan tiap taunnya berangkat ketanah suci untuk melaksanakan ibadah Haji. Namun kuota yang diberikan oleh pemerintahan Arab Saudi terbatas dan koata tersebut terbagi menjadi dua 92.825 untuk kuota haji normal dan 7.226 kuota haji luar biasa. Terbatasnya kuota ini dengan masa tunggu yang begitu lama serta dibelatar belakangi juga 3 dengan Wabah Covid -19 membuat jamaah mendapat antian yang sangat lama. (Kemenag.co.id, 2022)

Maka dengan demikian itu banyaknya biro perjalanan umroh bermunculan akibat keinginan kuat umat Islam di Indonesia untuk menunaikan ibadah umroh. Karena ibadah

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

haji yang terlalu lama. Hisyam Saeed, juru bicara Kementerian Haji dan Umroh, mengakui bahwa jumlah orang Indonesia yang melakukan perjalanan umroh meningkat setiap tahun. Berikut data jumlah jamaah haji dan umrah PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu dari tahun ke tahun yang terus semakin meningkat jumlah jamaahnya.

Tabel 1.1
Jumlah Jamaah PT. Bahana Sukses Sejahtera

Tahun	Jumlah Jamaah
2021	321
2022	505
2023	700
2024	727
2025	825
2026	325
Total	3.403

PT BSTravel sebagai salah satu penyedia layanan perjalanan ibadah, mulai memanfaatkan fitur *live streaming* Tiktok untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama generasi muda dan keluarga muslim yang aktif secara digital. *Live streaming* memberi peluang interaksi langsung, pemaparan layanan secara *real-time,* dan peningkatan kepercayaan calon jamaah melalui testimoni serta visualisasi perjalanan. Namun, efektivitas dari strategi ini masih perlu dikaji secara objektif. Apakah *live streaming* benar-benar berdampak pada peningkatan minat, konversi, dan kepercayaan pelanggan, Bagaimana persepsi *audiens* terhadap konten yang ditayangkan serta apakah metode ini lebih efektif dibanding promosi konvensional seperti brosur, pameran, atau iklan televisi.

Studi ini penting untuk memahami seberapa besar pengaruh *live streaming* Tiktok terhadap keputusan calon jamaah, serta untuk memberikan rekomendasi strategis kepada pelaku industri travel umroh dan haji dalam menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen digital.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dan studi kasus Metode deskriptif analisis merupakan penelitian yang ditujukan untu menyelidiki secara terperinci aktivitas dan pekerjaan manusia dan hasil penelitian tersebut dapat memberikan rekomendasi untuk keperluan masa yang akan datang. Penulis memilih menggunakan metode deskriptif analisis karena penulis akan menggambarkan hasil penelitian dari data perusahaan yang diperoleh dan dianalisis oleh penulis. (Nazir, 2019:71) Penelitian studi kasus merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam Sistem Pengendalian Manajemen Pengendalian Biaya *Capital Expenditure* - Struktur Pengendalian Manajemen - Proses Pengendalian Manajemen Total anggaran dengan total aktual biaya *capital expenditure* terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu. (Arikunto, 2020:121)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian di kantor Pt BSTravel kota bengkulu, penulis menemukan beberapa data dan temuan terkait pengunaan aplikasi live streaming tik tok dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh di Pt BSTravel kota bengkulu. Pada bab ini penulis mendeskripsikan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi langsung di bagian penyelengaraan ibadah haji dan umroh.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

1. Efektivitas live streaming tik tok dalam meningkatkan jumlah jamaah ibadah umroh dengan influencer luthfi nur fadullah di Pt BSTravel kota Bengkulu

PT BSTravel Kota Bengkulu mulai mengimplementasikan regulasi PMA nomor 14 tahun 2025 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umrah era baru pendaftaran haji reguler yang merupakan lanjutan dari UU No. 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah. Berdasarkan regulasi tersebut sejak tahun 2021 layanan peromosi digital memilliki dasar hukum, Promosi umroh tidak lagi didominasi oleh Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU/travel agen), tetapi individu atau platform digital juga dapat menawarkan panduan atau layanan komponen umrah (tiket, hotel) secara mandiri.

Meskipun mandiri dilegalkan, promosi yang bersifat menyesatkan atau penipuan tetap dapat ditindak berdasarkan UU ITE dan KUHP, serta regulasi turunan dari UU No. 14 Tahun 2025, Promosi umroh secara online di PT BSTravel sudah berlaku sejak 2021, Penerapan Aplikasi tik tok merupakan Langkah yang efektif untuk meningkatkan kepuasan calon jamaah umrih. Aplikasi Tik Tok memberikan manfaat seperti efisiensi, ketepatan dan kenyamanan bagi calon jamaah umroh. Dengan menggunakan penerapan Aplikasi tik tok pelayanan menjadi lebih efektif dan efisien.

Sebagaimana hasil mewawancarai Selaku perwakilan kepala PT BSTravel Kota Bengkulu, mengatakan bahwa: PT BSTravel pada bagian Penyelenggaraan dan promosi Ibadah Umrah wajib menyampaikan kepada Masyarakat terkait era baru PMA Nomor 13 tahun 2021 tentang layanan promosi secara elektronik. Dengan kebijakan terkait era baru ini PT BSTravel Kota bengkulu sudah memanfaatkan media digital sebagai salah satu sarana promosi di kota bengkulu,. Namun yang bisa dilakukan dan sudah dilaksanakan di PT BSTravel kota bengkulu melalui live streaming tik tok hanya promosi umroh, sebelum melakukan promosi digital dulu travel melakukan promosi secara offline seperti syiar dari rumah kerumah serta melakukan promosi melalui spanduk dan brosur. Tapi sejak pandemi dan perkembangan digital kami mulai serius masuk ke media promosi digital khususnya live streaming tik tok karena pengunaan aplikasi ini sangat mudah serta banyak kalangan yang menggunakannya. Pkarena pada saat live streaming terjadi audiens bisa bertanya langsung pada pihak travel baik dari luar kota maupun dalam kota dapat melihat siaran live yang berlangsung . Respon Masyarakat terkait promosi digital live streaming tik tok ini sangat senang karena bisa memudahkan jamaah dalam pendataran umroh dan meningkatan kepercayaan calon jamaah terhadap kami dan kami bisa promosi dengan jangkauan yang lebih luas sehingga menjadi lebih efisien (Satrya Budi Utama, Wawancara, 04 Mei 2026)

Selain itu penulis mewawancarai Vanessa azhara wijaya, S,E, Selaku kepala tim maketing PT BSTravel Kota Bengkulu, mengatakan bahwa: Dengan adanya peromosi umrohn secara digital ini sangat memudahkan Masyarakat sehingga menjadi lebih efisien, dan Masyarakat yang memiliki kesibukan tidak perlu datang ke kantor BSTravel. Peromosi melalui aplikasi ini tidak ada batas waktu. Namun, untuk bertanya langsung dapat dilakukan pada hari Senin-Jum'at ketika live sedang berlangsung. Untuk pertanyaan lebih dalam calon jamaah dapt men dm secara langsung tik tok kami, serta apabila calon jamaah sudah yakin mereka biasanya langsung datang ke kantor untuk melakukan pembayaran. Dari hasil wawancara dan observasi yang peneliti peroleh di PT BSTravel Kota Bengkulu sudah menerapkan promosi secara digital sejak 2021. Adanya Aplikasi fiture live streaming tik tok mempermudah calon jamaah mengetahui promosi apa saja dari pihak travel tanpa harus jauh-jauh datang ke Kantor untuk bertanya langsung terkait promosi. Dalam proses promosi pihak travel dapat meyakinkan msyarakat untuk mendaftar dengan arahan men DM calon jamaah

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

secara langsung namun untuk pendaftaran secara langsung calon jamaah masih harus datang ke pihak travel.

1. Mekanisme promosi live streaming tik tok

Mekanisme promosi live streaming tik tok biasanya melibatkan beberapa tim marketing dan satu influencer sebagai host live yang akan menjawab pertanyaan calon jamaah, Proses promosi dilakukan secara perfesional dengan melakukat set up aalat live dan pencahayaan oleh tim marketing sehingga penonton dapat dengan jelas melihat promosi dan penyampaian pihat travel serta yang paling penting set up jaringan sehingga live tidak patah-patah. Sebagaimana hasil wawancara dengan kakak luthfi, selaku influencer live streaming: Langkah pertama yang kami lakukan agar live kami lewat ke calon jamaah menata live dengan baik seperti mengatur live , pencahayaan dan jaringan, serta pada saat live berlangsung saya biasanya melakukan pendekatan melalui menanyakan kabar dan asal daerah kemudian lanjut mengobrol santai terlebih dahulu pada saat live, setelah audiens merasa nyaman dan tetap stay di live saya bary kemudian arahkan perlahan untuk mengajak para audiens ke arah tujuan sebenarnya menyampaikan berbagai promosi yang ada di BSTravel sehingga banyak dari audiens yang mulai tertarik dan bertanya mengenai prmosi apa saja yang ada di BSTravel, sehingga saya langsung arahkan tim marketik untuk langsung menghubungi audiens secara lebih jelas melalui dm pribadi ke calon jamaah untuk di arahkan lebih lanjut (Luthfi Nur Fadullah, Wawancara, 04 Mei 2026)

2. Pendaftar umroh melalui aplikasi tik tok live streaming dan pendaftar melalui langsung ke PT BSTravel priode 2021-2026

Saat adanya promosi live streaming tik tok 2021, masyarakat yang berminat mendaftar umroh secara elektronik masih tergolong sedikit, dikarenakan faktor ekonomi penduduk yang terbilang menengah kebawah, sehingga masih ada masyarakat yang tidak memiliki *handphone* dan kurang paham dengan teknologi. Maka dari itu, masyarakat lebih memilih untuk melakukan pendaftaran haji langsung datang ke Kantor PT BSTravel Kota Bengkulu sehingga agar dapat memilih metode penbayaran secara langsung. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak satrya budi utama perwakilan dan efektivitas promosi live streaming tik tok dan vanessa azhara wijaya, S.E. tim marketing periode Tahun 2021-2026 yakni sebagai berikut:

1. Tahun 2021 : Di tahun ini cuma 2 orang yang mendaftar melalui informasi promosi live streaming tik tok Sedangkan yang mendapatkan informasi langsung dan mendaftar di PT BSTtravel ada 319 orang yang mendaftar melalui informasi lainnya.
2. Tahun 2022 : Di tahun ini cuma 3 orang yang mendaftar melalui promosi live streaming tik tok. Sedangkan yang mendaftar melalui promosi lainnya sekitar 502 jamaah.
3. Tahun 2023 : Di tahun ini cuma 2 orang yang mendaftar melalui promosi live streaming tik tok. Sedangkan yang mendaftar melalui promosi lainnya sekitar 695 jamaah.
4. Tahun 2024 : Di tahun ini cuma 7 orang yang mendaftar melalui promosi live streaming tik tok. Sedangkan yang mendaftar melalui promosi lainnya sekitar 720 jamaah.
5. Tahun 2025 : Di tahun ini cuma 2 orang yang mendaftar melalui promosi live streaming tik tok. Sedangkan yang mendaftar melalui promosi lainnya sekitar 822 jamaah.
6. Tahun 2026 : Di tahun ini cuma 1 orang sampai bulan mei yang mendaftar melalui promosi live streaming tik tok. Sedangkan yang mendaftar melalui promosi lainnya sekitar 324 jamaah.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Dapat disimpulkan bahwa promosi live streaming tik tok PT BSTravel belum efektif dalam meningkatkan jumlah jamaah Karena Masyarakat banyak yang belum paham dalam mengenai promosi melalui fiture live streaming tik tok, masyarakat lebih memilih mendaftar secara langsung ke kantor BSTravel. Para narasumber sepakat bahwa promosi live streaming titok memudahkan jamaah untuk bertanyan langsung pada saat live berlansung serta dapat melakukan promosi secara luas hingga keluar kota agar travel makin dipercaya. Hal ini di buktikan dengan banyaknya audiens dari berbagai daerah yang melihat siaran live streaming. Pihak travel umrah yang menjadi narasumber lebih lanjut menyatakan bahwa 90% promosi digital sangan relatif dan efiseien di bandingkan dengan promosi langsung, Preferensi ini didasari oleh fleksibilitas pengeluaran bulanan promosi yang selaras dengan pendapatan, sehingga mendorong peningkatan partisipasi umrah secara keseluruhan. Untuk mengukur efektivitas secara bedasarkan hasil wawancara, penelitian ini mengadopsi rumus dasar mengukur efektivitas komunikasi pemasaran dengan pendekatan penjualan adalah dengan menghitung ROMI yang menggunakan penjualan sebagai tolak ukur

$$\boldsymbol{efektifitas} = \frac{\boldsymbol{kenaikan\ penjualan}}{\boldsymbol{kenikan\ biaya\ pemasaran}} \times \mathbf{100}\%$$

Efektivitas dihitung dengan membagi antara kenaikan penjualan dan kenaikan biaya pemasaran. Sebagai hasil modal pemasaran bulan maret dan april 2026 perusahaan BSTravel melakukan pemasaran melalui Live streaming TikTOk. Total tambahan biaya yang dikeluarkan akibat pameran adalah Rp 5.000.000 dan omzet perusahaan meningkat Rp 10.000.000 dibandingkan bulan lalu, maka ROMI perusahaan tersebut adalah: Rp 10.000.000/Rp 5.000.000 = 2 kali.

- Output: didefinisikan sebagai total jamaah yang tersedia atau potensial menggunakan layanan umrah (misalnya, 100% promosi diakukan secara online).
- Outcome: adalah tingkat adopsi atau preferensi aktual terhadap sistem promosi offline, yaitu 90% berdasarkan pernyataan pihak travel. (Ardila, 2015, 28-32)

Dengan demikian :

$$\boldsymbol{efektifitas} = \frac{\mathbf{90}\%}{\mathbf{90}\%} \times \mathbf{100}\%$$

- Output: 90% sebagai basis promosi online
- Outcome: 90% berdasarkan promosi offline

Skor efektivitas sebesar 100% menunjukkan tingkat keberhasilan sistem yang sangat tinggi, di mana outcome (preferensi jamaah) mencapai output maksimal.

2. Respons audiens terhadap konten live streaming yang di tayang kan oleh PT BSTravel kota bengkulu

Berdasarkan hasil penelusuran literatur, observasi konten digital, dan kajian akademis terkait pemasaran digital travel umroh di Bengkulu, berikut adalah analisis komprehensif mengenai respons audiens terhadap promosi umroh melalui live streaming TikTok PT BSTravel Kota Bengkulu. Dengan fitur promosi live streaming tik tok haji yang memudahkan calon jamaah untuk mengaksesnya tanpa harus datang langsung ke Kantor BSTravel untuk mendapatkan informasi. Hal ini dikatakan oleh Ibu lensi lita selaku jamaah yang telah mendaftar melalui live streaming tik tok : Saya mengetahui PT BSTravel secara tidak sengaja , saya awalnya hanya nonton karena sedang mencari pt travel umroh dan saya melihat pt travel BSTravel sedang melakukan live streaming tik tok saya melihat beliau luthfy cara penyampainya sangat meyakinkan dan memang saya sudah niat untuk berangkat umroh saya telah mencari berbagai macam travel umroh di media sosial namun banyak yang kurang pas setelah beberapa lama saya mencari-cari akhirnya saya melihat beliau dan saya tertarik dan langsung dm pihak travel dan mendaftar di PT ini. (Lensi Lita, Wawancara 05 Mei 2026)

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Hal ini juga dikatakan oleh Dewi apriani selaku jamaah yang telah mendaftar melalui live streaming tik tok yang akan berangkat pada tahun imi 2026 pada bulan juli Saya sangat tertarik pada PT BSTravel sudah sejak lama, saya sangat aktif menonton live streaming ketika mereka melakukan live saya sering kali bertanya tentang apa saja promo yang berlaku pada saat live streaming penyampaian bapak luthpy sangat meyakinkan sehingga saya tidak ragu untuk mendaftar, alhaamdulila saya mendaftar tahun ini karena ada promo yang sangat menarik yang ditawarkan pada saat live, saya langsung mendaftar pada saat itu saya di arahkan untuk langsung mengirim pesan melalui dm tik tok kemudian di arahkan ke wahtsahap dan terakhir saya di arahkan untuk datang langsung ke pt BSTravel bengkulu. (Dewi Apriani, Wawancara 08 Juni 2026)

Dengan demikian, dapat disimpulkan berdasarkan penjelasan diatas bahwa sarana dan prasarana yang di sediakan oleh PT BSTravel telah berhasil mendapatkan jamaah melalui promosi influncer atau host live melalui penyampaian yang menarik sehingga membuat calon jamaah untuk mendaftarkan diri. meskipun demikian tantangan dalam hal literasi digital dan akses teknologi masih perlu diperhatikan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat secara lebih luas. Berdasarkan perkembangan zaman teknologi saat ini sudah semakin pesat dan mempengaruhi proses prmosi ibadah umroh . Dari yang awalnya hanya bisa dilakukan secara langsung atau *offline* kini berinovasi menjadi layanan promosi digital. Penggunaan Aplikasi tik tok dalam promosi umroh dapat memberikan berbagai manfaat bagi calon jamaah haji seperti menjadi lebih efektif dan efisien. Jamaah haji hanya cukup menyiapkan pertanyaan yang ingin mereka tanyakan lamgsung kepada pihak travel melalui live streaming berlangsung yang akan di jawab langsung oleh influencer pada saat siaran berlangsung. Setelah calon jamaah mersa puas dengan jawaban yang di berikan calon jamaah busa dapat langsung me DM pihak travel untuk di arahkan datang ke kantor PT BSTravel.

Begitupun dengan hasil wawancara dengan Ibu rika apriani selaku audiens live streaming : Saya baru menegetahui peromosi umroh bisa dilakukan secara online karena biasnya saya mendapatkan informasi apanbila ada pihakt travel yang melakukan acara pada saat pengajian namun melalui aplikasi tik tok dengan fiture live streaming dan juga media sosial. Setelah tahu saya langsung menonton live streaming pihak travel dan mengikuti akun BSTravel jika suatu saat punya rezeki saya akan menonton kembali untuk melihat promosi terbaru yang mereka sampaikan pada saat live berlangsung (Rika Apriani, Wawancara 04 Mei 2026) Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa sebelum adanya promosi live streaming tik tok informasi dapat di ketahui ketika pihak PT BSTravel melakukan promosi secara langsung. Kini promosi dapat dilakukan secara digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan mengatakan bahwa informan mengetahui informasi dan tanya jawab dengan pihak travel bisa dilakukan secara di gital melalui live streaming dapat menambah keyakinan pada pihak travel.

Penggunaan fiture dari aplikasi live streaming dapat mempermudahkan dalam proses promosi ibadah umroh memberikan informasi yang jelas, terutama bagi masyarakat yang masih ragu untuk mendaftar. Hanya dengan menggunakan fiture live streaming tik tok serta dengan adnya influncer sebagai tempat untuk bertanya masyarakat bisa dengan mudah yakin tanpa harus ragu untuk mendaftar umroh tanpa harus jauh-jauh datang ke Kantor BSTravel untuk bertanya.Selain itu penulis mewawancarai ibuk Desnita , Selaku audiens live streaming tik tok: saya pengguna lama sosial media tiktok dan sering menonton berbagai macam live streaming namun Saya baru menegetahui peromosi umroh bisa dilakukan secara online karena biasnya saya hanya melihat promosi secara offline yang sering di lakukan banyak pihak travel, memang saya sudah lama ingin berangkat umroh namun saya masih sedikit ragu dengan promosi online tapi saya juga sedikit tertarik, Setelah tahu saya langsung menonton live streaming pihak travel dan mengikuti

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

akun BSTravel namun saya lebih yakin jika saya langsung datang ke kantor nya langsung karena banyak kasus-kasus penipuan yang saya dengar (Desnita, Wawancara 04 Mei 2026)

Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa sebelum adanya promosi live streaming tik tok informasi dapat di ketahui ketika pihak PT BSTravel melakukan promosi secara langsung. Kini promosi dapat dilakukan secara digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan mengatakan bahwa informan mengetahui informasi namun dengan banyaknya berita yang beredar dia akan yakin jika sudah datang langsung ke kantor dan bertanya via wahatsAap BSTravel kota bengkulu namun live yang dilakukan secara di gital melalui live streaming dapat memberikan informasi seputar promo dan lokasi BSTravel. Promosi melalui fitur Live Streaming TikTok memiliki banyak manfaat bagi perusahaan maupun pelaku usaha dalam memperkenalkan produk dan jasa kepada masyarakat. Melalui siaran langsung, perusahaan dapat berinteraksi secara real-time dengan audiens sehingga tercipta komunikasi dua arah yang lebih efektif dibandingkan media promosi konvensional. Audiens dapat mengajukan pertanyaan, memberikan tanggapan, serta memperoleh informasi secara langsung dari penyelenggara live streaming. Interaksi ini membantu membangun kedekatan emosional antara perusahaan dan calon konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan namun reaksi yang di berikan oleh audiens sangat beragam ada respon positif ada pula respon negatif.

Hal ini dikatakan oleh ibuk deti hayati selaku jamaah yang telah mendaftar melalui live streaming tiktok live streaming memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai program dan paket umrah yang ditawarkan oleh PT BSTravel melalui live streaming, informasi yang diberikan menjadi lebih jelas karena dapat dijelaskan secara langsung oleh pihak travel, saya sering kali mengajukan pertanyaan terkait biaya, fasilitas, dan proses keberangkatan, kemudian memperoleh jawaban secara cepat dan rinci. Menurutnya, hal tersebut membuat informasi yang diterima lebih terpercaya dibandingkan hanya melihat iklan dalam bentuk gambar atau tulisan, live streaming membuat dirinya lebih tertarik untuk mengetahui layanan yang ditawarkan oleh PT BSTravel. Penyampaian materi yang dilakukan secara interaktif serta adanya sesi tanya jawab membuat calon jamaah merasa lebih dekat dengan pihak penyelenggara umrah. Selain itu, kehadiran influencer Satya Budi Utama dalam siaran langsung dinilai mampu meningkatkan daya tarik promosi karena memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan dipercaya oleh para pengikutnya. (Deti Hayani, Wawancara 06 Juni 2026)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa fitur Live Streaming TikTok memberikan dampak positif dalam kegiatan promosi travel umrah. Respon positif yang muncul antara lain meningkatnya kemudahan akses informasi, terbangunnya kepercayaan calon jamaah, meningkatnya ketertarikan terhadap layanan yang ditawarkan, serta adanya interaksi langsung yang membantu calon jamaah dalam mengambil keputusan untuk mendaftar. Temuan ini menunjukkan bahwa Live Streaming TikTok merupakan media promosi yang efektif dalam mendukung peningkatan jumlah jamaah pada PT BSTravel Kota Bengkulu. Hal ini juga dikatakan oleh bapak iswandi idris selaku jamaah yang telah mendaftar melalui live streaming tik tok Saya tertarik mengikuti live streaming karena dapat memperoleh informasi secara langsung mengenai paket umrah yang ditawarkan. Saya akan lebih tertarik apabila menjelaskan program secara rinci dan terbuka. live streaming yang hanya berisi promosi tanpa penjelasan yang lengkap cenderung kurang meyakinkan dan sulit dipercaya, Namun kehadiran influencer dalam live streaming memberikan daya tarik tersendiri. Saya mengambil keputusan untuk mendaftar umrah tidak hanya dipengaruhi oleh influencer, melainkan juga oleh reputasi travel, legalitas perusahaan, serta testimoni dari jamaah yang pernah berangkat sebelumnya. Oleh karena itu, live streaming efektif apabila di tampilkan oleh bukti nyata dan informasi yang

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

dapat dipertanggung jawabkan, saya akan lebih percaya apabila menampilkan dokumentasi perjalanan umrah, suasana keberangkatan jamaah, serta pengalaman jamaah yang telah menggunakan jasa PT BSTravel. (Iswandi Idris, Wawancara 06 Juni 2026) Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa respon masyarakat terhadap penggunaan fitur Live Streaming TikTok sebagai media promosi umrah cenderung positif, namun bersifat bersyarat. Efektivitas promosi melalui live streaming akan meningkat apabila informasi yang disampaikan lengkap, transparan, interaktif, didukung oleh bukti nyata, serta melibatkan narasumber yang memiliki kredibilitas. Dengan terpenuhinya syarat-syarat tersebut, Live Streaming TikTok dapat menjadi media promosi yang efektif dalam meningkatkan minat dan kepercayaan calon jamaah terhadap layanan umrah yang ditawarkan oleh PT BSTravel Kota Bengkulu.

Hal ini juga dikatakan oleh ibuk Luha selaku jamaah yang telah mendaftar melalui live streaming tik tok Saya kurang tertarik mengikuti live streaming TikTok karena lebih banyak digunakan untuk hiburan dibandingkan sebagai sumber informasi terkait ibadah umrah.saya biasanya mengetahui informasi melalui pertemuan langsung atau sosialisasi resmi dari pihak travel, live streaming terkadang terkesan terlalu berlebihan dalam menyampaikan keunggulan produk atau layanan yang ditawarkan jadi saya sedikit ragu terhadap kebenaran informasi yang diberikan, saya lebih memilih mencari informasi tambahan melalui keluarga, teman, atau jamaah yang pernah menggunakan jasa travel tersebut sebelum mengambil keputusan untuk mendaftar, terkadang durasi live streaming yang cukup panjang sering kali membuat saya kehilangan fokus terhadap informasi yang disampaikan. Beberapa pembahasan dinilai berulang sehingga pesan utama promosi tidak tersampaikan secara efektif. Akibatnya, minat untuk mengikuti siaran langsung hingga selesai menjadi berkurang. Saya juga jarang menggunakan TikTok sehingga tidak mengetahui adanya kegiatan live streaming yang dilakukan oleh pihak travel. promosi melalui media sosial belum tentu dapat menjangkau seluruh kalangan masyarakat, terutama calon jamaah yang berusia lanjut dan kurang familiar dengan teknologi digital. (Luha, Wawancara 06 Juni 2026)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa respon negatif terhadap penggunaan fitur Live Streaming TikTok sebagai media promosi umrah disebabkan oleh rendahnya tingkat kepercayaan sebagian masyarakat terhadap promosi digital, persepsi bahwa TikTok merupakan media hiburan, keterbatasan akses teknologi pada kelompok tertentu, serta kekhawatiran terhadap potensi penyalahgunaan informasi di media sosial. Meskipun demikian, temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas live streaming sebagai media promosi masih dapat ditingkatkan melalui penyampaian informasi yang lebih transparan, kredibel, dan didukung oleh bukti nyata mengenai kualitas layanan yang ditawarkan. Dapat di simpulkan Respons audiens terhadap konten live streaming umroh PT BSTravel Bengkulu dapat dikategorikan menjadi tiga pola utama,

1. Respons *Dominant-Hegemonic* (Penerimaan Positif)
   a. Ekspresi Spiritual-Emosional: Komentar berisi doa, ungkapan kekaguman, dan harapan untuk segera berangkat umroh, seperti "Aamiin Yaa Allah", "Masyaallah", atau "Semoga Allah mudahkan"
   b. Minat Transaksional Langsung: Pertanyaan spesifik mengenai biaya, jadwal keberangkatan, dan prosedur pendaftaran, menunjukkan niat konversi yang tinggi
   c. Dukungan Sosial: Like, share, dan tag teman/keluarga sebagai bentuk endorsement organik terhadap kredibilitas BSTravel
2. *Respons Negotiated* (Penerimaan Bersyarat)
   Audiens dalam kategori ini menunjukkan respons yang lebih kritis namun tetap terbuka.
   a. Permintaan Verifikasi: Menanyakan legalitas travel, nomor PPIU, atau meminta bukti keberangkatan jamaah sebelumny.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

b. Perbandingan Penawaran: Membandingkan harga dan fasilitas BSTravel dengan travel umroh lain di TikTok sebelum mengambil keputusan.
c. Pertanyaan Teknis Mendalam: Menanyakan detail akomodasi, maskapai, atau panduan manasik yang memerlukan penjelasan lebih rinci di luar format live streaming.

3. *Respons Oppositional* (Penolakan/Skeptis)

Sebagian kecil audiens menunjukkan respons skeptis atau negatif:

a. Keraguan terhadap Promo Online: Mengungkapkan kekhawatiran terhadap penipuan atau ketidaksesuaian antara promosi dan realitas layanan.
b. Kritik terhadap Konten: Komentar yang menilai konten terlalu promosional atau kurang memberikan nilai edukasi syar'i yang mendalam.
c. Preferensi Platform Lain: Menyatakan lebih nyaman berkonsultasi melalui WhatsApp atau kunjungan langsung ke kantor cabang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Live streaming TikTok merupakan media promosi yang sangat efektif dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh apalagi pada saat perkembangan digital saat ini, yang dimana persaingan teknologi sudah semakin pesat. Penggunaan fiture dari aplikasi live streaming dapat mempermudahkan dalam proses promosi ibadah umroh memberikan informasi yang jelas, terutama bagi masyarakat yang masih ragu untuk mendaftar. Hanya dengan menggunakan fiture live streaming tik tok serta dengan adnya influncer sebagai tempat untuk bertanya masyarakat bisa dengan mudah yakin tanpa harus ragu untuk mendaftar umroh tanpa harus jauh-jauh datang ke Kantor BSTravel untuk bertanya.
2. Respons audiens terhadap konten live streaming umroh PT BSTravel Bengkulu dapat dikategorikan menjadi tiga pola utama yakni Penerimaan Positif, Penerimaan Bersyarat, dan Penolakan/Skeptis oleh karena Influencer memiliki peran kunci dalam membangun kepercayaan dan menarik minat audiens pada saat live streaming agar audiens mau menetap dan menontong berbagai hal yang di sampaikan pada saat live berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, Lulu Rahma ,*'Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh Haqeem Travel'*(Skripsi Univesitas Islam Negri Ayarif Hidayahtullah Jakarta,2024)H.1

Ardila, *Value For Money: Konsep Dan Aplikasi Dalam Pengukuran , Efektivitas Program Sektor Publik* Edisi 1 (Depok: , Universitas Indonesia Press 2015), H. 28-32.

Coviello, N., Milley, R., Marcolin, B, "*Understanding IT- Enabled , Interactivity Incontemporary Marketing*". Journal Of Interactive Marketing, (Vol.15 No. 4, 2001) Hal. 18-33

Davent, Hendra, Riofita, *'Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Fitur Tiktok Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Mintak Konsumen*',Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniro1.1(2025)501-506(H.501

Effendi, M. *Strategi Pemasaran Dalam Era New Normal* (Jakarta: Grsmedia.2020)

Fuad Akhmad,Syahmardi Yacob,'*Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Dalam Meningkatkan Minat Umroh Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tahah Suci Pada Generasi Milenial Di Kota Jambi'*,Mankeu : Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 4.12(2022)845-849(H.845)

Https://Elibrary.Unikom.Ac.Id, *Pengertian Efektivitas*, 17september

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

2022.*Https://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/3736/8/UNIKOM_Akbar%20Budi%20Sanjaya_BAB%20II.Pdf/* [Diakses,27 September2025]

Indrawan, R., & Yuniar, E. *Digital Marketing Communication Strategy On Social Media. (*Bandung:, Alfabeta.2019)

Marlena, *'Audit Manajeman Fungsi Pemasaran Pada Pabrik Steel , Steel & Constructions Ud. Trika Jaya Tulungagung'*, ,LP2MUNITA *:* Jurnal Nusamba, 2.1 (2017), 10-20 (H.18)

Noer, Kareena Aulia Rahma'*efektivita Promosi Produk Umroh Melalui Media Sosial Instagram Pada PT.Haji Taur Travel'* (Skripsi,Uin Syarif Hidayahtullah Jakarta,2024)H1

Prasmono,A. *Live Streaming Marketing :Mengoptimalkan Siaran Langsung Sebgai Strategi Bisnis.(* Yogyakarta: Andi Offset 2021)

Rangkuti, F. *Strategi Pemasaran Digital Di Indonesia. (*Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.2017)

Rizki, M. *"Efektifitas Live Streaming Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen".* Jurnal Ilmu ,Komunikasi*,* 18(2) (2020),45-60.

Ramadini,Rahman Dan Putra Idad,'*Analisi Video Tiktok Untuk Mempertahankan Perhatian Konsumen Terhadap Layanan Online Jasa Aqidah Di Media Sosial',*ARS : Jurnal Seni Rupa Dan Desain,27,2 (2024),85-92(H.85)

Santoso, J. *Manajeman Layanan Haji Dan Umroh. (*Surabaya : CV Bintang Timur.2020)

Jumlah Jamaah Umroh 2022 Berkali-Kali Lipat Dibandingkan Jamaah Haji Setiap Tahun (Diakses Pada 23 6 2024, Pukul , 12.02)

(15th Ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P. (2019). *Principles Of Marketing (16th Ed.).* Pearson, Education.

Undang-Undang RI No 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan, Ibadah Haji Dan Umroh.

W. Handayani, M. Fatchurrohman, I. Supriadi, And F. D. ,Puspitasari, "Strategi Pemasaran Travel Umrah Dan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasaan Jamaah", *RIGGS*, Vol. 4, No. 2, Pp. 6350–6354, Jul. 2025.

Wawancara Pribadi Dengan Ibu Rika Apriani , Audiens Live Streaming Tik Tok , Pada Tanggal 4 Mei 2026 Pukul 09.36 WIB

Wawancara Pribadi Dengan Bapak Luthfi Nur Fadullah, Selaku Influencer Live Streaming Tik Tok , Pada Tanggal 4 Mei, 2026 Pukul 09.36 WIB

Wawancara Pribadi Dengan Ibuk Lensi Lita, Jamaah Pendaftar Melewatu Aplkasi Live Streaming Tik Tok, Pada Tanggal Mei, 2026 Pukul 15.50 WIB