

**PERAN TOUR LEADER PADA AGEN TRAVEL UMROH:
STUDI AUTOETNOGRAFI**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Komunikasi**



**Mareta Indriyani
(2231023004)**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Mareta Indriyani

NIM : 2231023004

Tanda Tangan : 

Tanggal : 2 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Mareta Indriyani

NIM : 2231023004

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tesis : Peran Tour Leader Pada Agen Travel Umroh : Studi Autoetnografi

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.()

Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, Ph.D. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.

Peneliti ingin menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang begitu besar karena telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga.

2. Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

Peneliti ingin menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang begitu besar karena telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga.

3. Eli Jamilah Mihardja, Ph.D.

Sebagai Dosen penguji yang selalu memberi bimbingan dan membuat suasana belajar penuh kekeluargaan.

4. Kedua orangtua, suami, anak-anak, dan keluarga besar atas doa, dukungan, dan motivasi yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan tesis ini.

Akhirnya, penulis menghaturkan terima kasih kepada sahabat dan rekan-rekan yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga segala bentuk dukungan dan kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah Subhanahu wa Ta'ala.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mareta Indriyani
NIM : 2231023004
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusiv** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN TOUR LEADER PADA AGEN TRAVEL UMROH :

STUDI AUTOETNOGRAFI.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 2 September 2025

Yang Menyatakan,



(Mareta Indriyani)

PERAN TOUR LEADER PADA AGEN TRAVEL UMROH : STUDI AUTOETNOGRAFI

MARETA INDRIYANI

ABSTRAK

Peningkatan signifikan keberangkatan umroh di Indonesia menempatkan *tour leader* (TL) sebagai aktor strategis yang menjembatani dimensi teknis dan spiritual perjalanan. Literatur sebelumnya lebih menekankan manajemen biro, pemasaran, dan kepuasan jamaah, sehingga menyisakan kesenjangan pada pengalaman reflektif TL sebagai mediator emosi secara spiritual serta pengelola krisis di lapangan. Penelitian ini merumuskan pertanyaan: bagaimana pengalaman hidup dan praktik kerja TL dalam mendampingi jamaah umroh? Dengan menggunakan kerangka konseptual yang mengintegrasikan *tourism communication*, *Islamic tourism branding*, peran dan fungsi dari kompetensi TL beracuan SKKNI, serta indikator mutu layanan (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*), dengan lensa autoetnografi. Metode kualitatif autoetnografi diterapkan melalui referensi beberapa jurnal reflektif, dokumentasi (foto, catatan, percakapan WAG), dan wawancara triangulatif dengan sesama TL serta jamaah, dimana data dianalisis secara naratif-tematik. Temuan menunjukkan TL berperan sebagai mediator pengalaman baik secara teknis, emosional dan juga spiritual dengan melakukan koordinasi antar lintas-aktor, bersinergi dengan muthowif (formasi depan–belakang), mengelola krisis (keterlambatan, imigrasi, bagasi), melakukan *service recovery* serta penataan ekspektasi yang adil, dan mempraktikkan hospitalitas serta kepemimpinan situasional berbasis *spiritual coping*. Praktik tersebut menjaga kohesi, menurunkan kecemasan, dan meningkatkan kepuasan serta kepercayaan jamaah pada seluruh fase perjalanan. Studi ini menutup kesenjangan kajian dan merekomendasikan penguatan pelatihan TL serta penyusunan SOP yang mengintegrasikan antara profesionalisme layanan dengan pembinaan spiritual.

Kata Kunci: autoetnografi, *tour leader*, umroh, komunikasi pariwisata, *Islamic tourism branding*, hospitalitas.

THE ROLE OF THE TOUR LEADER IN UMRAH TRAVEL AGENCIES :
AN AUTOETHNOGRAPHIC STUDY

MARETA INDRIYANI

ABSTRACT

A significant rise in Umrah departures from Indonesia positions tour leaders (TLs) as strategic actors bridging the technical and spiritual dimensions of travel. Prior literature has emphasized agency management, marketing, and pilgrim satisfaction, leaving a gap in reflective accounts of TLs as emotional–spiritual mediators and on-the-ground crisis managers. This study asks: how do TLs experience and enact their work while accompanying Umrah pilgrims? It employs a conceptual framework integrating tourism communication, Islamic tourism branding, TL roles–functions–competencies referenced to SKKNI (Indonesia’s National Work Competency Standards), and service quality indicators (reliability, responsiveness, assurance, empathy), examined through an autoethnographic lens. A qualitative autoethnography was conducted using reflective journals, documentation (photos, notes, WhatsApp group communications), and triangulated interviews with fellow TLs and pilgrims; data were analyzed narratively and thematically. Findings indicate that TLs mediate technical, emotional, and spiritual experiences by coordinating across stakeholders, synchronizing with muthowif (front–rear formation), managing crises (delays, immigration, baggage), performing service recovery and fair expectation setting, and practicing hospitality with situational, spiritually grounded leadership. These practices sustain group cohesion, reduce anxiety, and enhance satisfaction and trust across all travel phases. The study addresses a notable gap and recommends strengthening TL training and SOPs that integrate professional service standards with spiritual guidance.

Keywords: autoethnography, tour leader, Umrah, tourism communication, Islamic tourism branding, hospitality.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.4.3 Manfaat Personal dan Sosial	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep Yang Relevan.....	9
2.1.1 <i>Tourism Communication</i>	9
2.1.2 <i>Islamic Tourism Branding</i>	13
2.1.3 <i>Tour Leader</i>	23
2.1.4 Autoetnografi	32
2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian	37
3.2 Subjek Penelitian.....	37
3.1.2 Subjek/informan Utama Sebagai <i>Tour Leader</i>	37
3.2.2 Subjek atau Informan Pendukung	37
3.2.3 Subjek pembanding yang mewakili Jemaah	37
3.3 Lokasi dan Konteks Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Teknik Analisa Data.....	39
3.6 Operasional Konsep	39

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	41
4.1.1 Gambaran Industri Umroh	41
4.1.2 Gambaran Subjek atau Informan Penelitian	43
4.2 Penyajian Data	46
4.2.1 Pengalaman dan Praktik sebagai <i>Tour Leader</i> Umroh	46
4.2.2 Triangulasi Sumber Pendukung Terkait Pengalaman dan Praktik Sebagai <i>Tour Leader</i> umroh.....	73
4.2.3 Triangulasi Sumber Pembanding Terkait Pengalaman dan Praktik Sebagai <i>Tour Leader</i> Umroh.....	74
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	76
4.3.1 Aspek Hospitalitas dari Pengalaman dan Praktik Sebagai <i>Tour Leader</i> Umroh	76
4.3.2 Aspek Spiritual dari Pengalaman dan Praktik Sebagai <i>Tour Leader</i> ...	82
4.3.3 Aspek <i>Humanity</i> dari Pengalaman dan Praktik Sebagai <i>Tour leader</i> Umroh	87
4.3.4 Implikasi Bagi Komunikasi Pariwisata Islami (<i>Islamic Tourism</i> <i>Communications</i>).	92
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Simpulan	96
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	97
5.3 Saran.....	98
5.4 Refleksi Peneliti	99
DAFTAR PUSTAKA	102
DAFTAR LAMPIRAN.....	105
Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	105
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	111
Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan <i>Tour Leader</i> Bersama Jemaah	115
Lampiran 4 Dokumentasi Interview Subjek Pembanding Jemaah (Yenna Melia)	118
Lampiran 5 Dokumentasi Interview Subjek <i>Tour Leader</i> Lainnya (Yenna Melia).....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4. 1 Beberapa Contoh Pembentukan Group Whatsapp	47
Gambar 4. 2 Pendampingan Manasik Umroh	48
Gambar 4. 3 Foto Koper Jemaah.....	54
Gambar 4. 4 Foto Bersama Jemaah Di Tanah Suci	60
Gambar 4. 5 Foto Bersama Jemaah Saat Kepulangan	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasional Konsep	39
Tabel 4. 1 Koding Analisis Autoetnografi Selama Tahap Pra Keberangkatan.....	50
Tabel 4. 2 Koding Analisis Autoetnografi Selama Tahap Keberangkatan	54
Tabel 4. 3 Koding Analisis Autoetnografi Selama Tahap Di Tanah Suci	62
Tabel 4. 4 Koding Analisis Autoetnografi Selama Tahap Kepulangan	70