

ABSTAK

Skripsi dengan judul “Resepsi Generasi Z Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Prodi Psikologi Islam terhadap Fenomena Tren Umrah yang Ada Di Sosial Media” ini ditulis oleh Elina Nur Khosidah, NIM. 1860311221011, dengan pembimbing/promotor Aminatul Ummah, S.Psi.I, M.Pd

Kata Kunci: Resepsi, Generasi Z, Umrah, Sosial Media, Stuart Hall

Penelitian ini membahas resepsi generasi Z mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung prodi Psikologi Islam terhadap fenomena tren umrah yang banyak muncul di sosial media. Latar belakang dari penelitian ini adalah meningkatnya konten tentang umrah di berbagai platform media sosial yang tidak hanya menampilkan tentang ibadah itu sendiri, tetapi juga tentang pengalaman spiritual, gaya hidup, serta simbol pencapaian dan eksistensi diri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana pandangan generasi Z dan bagaimana generasi Z menanggapi dan memaknai fenomena tersebut serta faktor-faktor yang mempengaruhi pandangan mereka.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, melibatkan mahasiswa Program Studi Psikologi Islam angkatan 2022 sebagai subjek penelitian. Penelitian ini mengacu pada teori resepsi Stuart Hall, melalui teknik pengumpulan data yang mencakup wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan generasi Z terhadap tren umrah di sosial media dibagi menjadi tiga posisi, yaitu posisi hegemoni dominan atau menerima sepenuhnya, posisi negosiasi atau tidak sepenuhnya menerima namun masih mempunyai kritik atau saran, dan posisi oposisi atau sepenuhnya menolak. Beberapa informan menganggap bahwa konten tentang umrah sebagai salah satu bentuk konten dakwah dan menjadi motivasi, sedangkan yang lain-nya melihat konten tersebut positif namun tetap kritis terhadap aspek pamer, sementara sebagian yang lain lagi menolak konten tersebut karena dianggap dapat merubah makna dan juga kesakralan dari ibadah tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi tanggapan tersebut antara lain dari pengalaman pribadi, pemahaman tentang agama, kebiasaan dalam menggunakan media sosial, dan juga pengaruh dari lingkungan sekitar.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Z selaku pengguna sosial media dan sering terpapar konten-konten tentang ibadah umrah, tidak hanya menjadi penerima informasi, namun juga aktif dalam memaknai dan menanggapi pesan dari tren umrah yang ada di sosial media sesuai dengan pengalaman dan juga nilai-nilai yang mereka yakini.

ABSTRACT

This thesis, titled “Perceptions of Generation Z Students in the Islamic Psychology Program at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Regarding the Umrah Trend Phenomenon on Social Media,” was written by Elina Nur Khosidah, Student ID No. 1860311221011, under the supervision of Aminatul Ummah, S.Psi.I, M.Pd

Keywords: *Reception, Generation Z, Umrah, Social Media, Stuart Hall*

This study examines the reception of Generation Z students in the Islamic Psychology program at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung toward the Umrah trend phenomenon that has emerged extensively on social media. The background of this study is the increasing amount of content about Umrah on various social media platforms, which not only highlights the act of worship itself but also spiritual experiences, lifestyle, and symbols of achievement and self-identity. The objective of this study is to understand Generation Z’s perspectives, how they respond to and interpret this phenomenon, and the factors influencing their views.

This study employs a qualitative research method using a descriptive qualitative approach, involving students from the 2022 cohort of the Islamic Psychology program as research subjects. This study draws on Stuart Hall’s reception theory, employing data collection techniques that include in-depth interviews, observation, and documentation. The results indicate that Generation Z’s responses to the umrah trend on social media fall into three categories: the dominant hegemonic position (full acceptance), the negotiation position (partial acceptance with critiques or suggestions), and the opposition position (complete rejection). Some informants view content about Umrah as a form of religious outreach and a source of motivation, while others see the content as positive yet remain critical of its show-off aspects; still others reject the content because they believe it can alter the meaning and sacredness of the religious practice. Factors influencing these responses include personal experiences, understanding of religion, habits in using social media, and the influence of the surrounding environment.

The conclusion of this study indicates that Generation Z, as social media users frequently exposed to content about the Umrah pilgrimage, are not merely passive recipients of information but actively interpret and respond to messages from Umrah trends on social media in accordance with their own experiences and the values they hold.

ملخص

أعدت هذه الرسالة الجامعية بعنوان "ردود فعل طلاب الجيل Z في جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج، قسم علم النفس الإسلامي، تجاه ظاهرة اتجاهات العمرة السائدة على وسائل التواصل الاجتماعي" من قبل إلينا نور خوسيدة، رقم القيد 1860311221011، بإشراف/إرشاد أمانة الأمة، M.Pd، S.Psi.I.

الكلمات المفتاحية: الاستقبال، الجيل Z، العمرة، وسائل التواصل الاجتماعي، ستيوارت هول

تتناول هذه الدراسة استجابة جيل Z من طلاب جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج، قسم علم النفس الإسلامي، تجاه ظاهرة اتجاه العمرة التي تظهر بكثرة على وسائل التواصل الاجتماعي. ويكمن خلفية هذه الدراسة في تزايد المحتوى المتعلق بالعمرة على مختلف منصات التواصل الاجتماعي، والذي لا يقتصر على عرض العبادة بحد ذاتها فحسب، بل يشمل أيضاً التجارب الروحية وأسلوب الحياة، فضلاً عن كونها رمزاً للإنجاز والوجود الذاتي. الهدف من هذا البحث هو فهم وجهة نظر جيل Z وكيفية استجابته وتفسيره لهذه الظاهرة، بالإضافة إلى العوامل التي تؤثر على وجهات نظرهم.

يستخدم هذا البحث منهجية البحث النوعي ونهجاً وصفيًا نوعياً، ويشمل طلاب برنامج علم النفس الإسلامي من دفعة 2022 كعينة للبحث. يستند هذا البحث إلى نظرية الاستقبال لستيوارت هول، من خلال تقنيات جمع البيانات التي تشمل المقابلات المعمقة والملاحظة والتوثيق. أظهرت نتائج البحث أن ردود فعل جيل Z تجاه اتجاهات العمرة على وسائل التواصل الاجتماعي تنقسم إلى ثلاثة مواقف، وهي: موقف الهيمنة السائدة أو القبول التام، وموقف التفاوض أو عدم القبول التام مع وجود انتقادات أو اقتراحات، وموقف المعارضة أو الرفض التام. يعتبر بعض المشاركين أن المحتوى المتعلق بالعمرة هو أحد أشكال المحتوى الدعوي ويشكل دافعاً، في حين يرى آخرون أن هذا المحتوى إيجابي لكنهم يبقون منتقدين تجاه جانب التباهي، بينما يرفض آخرون هذا المحتوى لاعتقادهم أنه قد يغير معنى هذه العبادة وقدسيته. ومن بين العوامل التي تؤثر على هذه الاستجابات: التجارب الشخصية، وفهم الدين، والعادات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك تأثير البيئة المحيطة.

تشير استنتاجات هذه الدراسة إلى أن جيل Z ، باعتباره مستخدمًا لوسائل التواصل الاجتماعي ويتعرض بشكل متكرر لمحتوى يتعلق بعبادة العمرة، لا يقتصر دوره على تلقي المعلومات فحسب، بل يشارك أيضًا بشكل فعال في تفسير الرسائل الصادرة عن اتجاهات العمرة السائدة على وسائل التواصل الاجتماعي والرد عليها وفقًا لتجاربه والقيم التي يؤمن بها.