

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Umrah dalam arti bahasa bermakna mendatangi Ka'bah dan merupakan sebuah perjalanan yang memerlukan persiapan mental serta spiritual yang mendalam, karena ibadah umrah bukanlah sekedar kunjungan biasa ke Ka'bah. Dalam rangkaian perjalanan umrah, terkandung pemahaman yang mendalam, yang mencakup aspek ibadah dan juga insaniyyah (kemanusiaan). Secara histori, umrah mencerminkan perjalanan kemanusiaan para Nabi yang perlu untuk diteladani. Melakukan umrah bukan semata-mata untuk mengisi waktu senggang, melainkan sebuah perjalanan spiritual yang menuntut kesucian niat dan tindakan, karena suatu umrah terhubung dengan umrah yang lainnya. Merujuk kepada hadist nabi Muhammad SAW, umrah dapat dianggap sebagai penghapus dosa jika dilakukan dengan niat tulus untuk ibadah.<sup>1</sup> Esensi dari umrah sangat kaya akan spiritualitas, didasari oleh keyakinan akan panggilan Allah yang diyakini oleh setiap Muslim.

Generasi Z atau biasa disebut dengan Gen Z, merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012, tepatnya setelah generasi millennium atau generasi Y.<sup>2</sup> Generasi Z dinilai mempunyai hubungan yang dekat dengan dunia maya dan segala aktivitas yang dilakukan di dunia maya. Badan Pusat Statistik

---

<sup>1</sup> Sucipto, "Umrah sebagai Gaya Hidup , Eksistensi Diri dan Komoditas Industri : Menyaksikan Perubahan Ke agamaan Warga Kota Umrah asLifestyle , *Kontekstualita* vol. 28, no. 1 (2013): 16

<sup>2</sup> Lingga Sekar Arum, Amira Zahrani, dan Nickyta Arcindy Duha, "Karakteristik Generasi Z dan kesiapannya dalam menghadapi Bonus Demografi 2024," *Accounting Student Research Journal* vol. 2, no. 1 (2023): 61.

(BPS) mengeluarkan informasi statistik, yang memperlihatkan pembagian penduduk Indonesia menurut kategori usia. Informasi ini merupakan hasil rilis dari sensus penduduk 2020. Analisis ini memberikan informasi lebih mengenai struktur generasi yang ada di Indonesia di masa mendatang. Dalam informasi yang disajikan tersebut, Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 menduduki posisi teratas dengan jumlah sekitar 74, 93 juta individu, atau 27, 94% dari total populasi. Kelompok ini masih berada pada fase muda hingga remaja dini.<sup>3</sup> Dominasi ini memberikan harapan untuk kemajuan dan transformasi di masa yang akan datang. Mereka dibesarkan dalam lingkungan yang terhubung dengan internet sejak kecil, sehingga sangat akrab dengan media sosial, teknologi, serta platform pembelajaran digital.

Dalam penelitian ini, fokus penelitian diarahkan kepada mahasiswa karena mereka tidak hanya merupakan salah satu elemen penting dari generasi Z, tetapi juga kelompok dengan tingkat keterlibatan yang signifikan dalam pendidikan tinggi serta kehidupan sosial maupun digital di Indonesia. Berdasarkan publikasi terkini Buku Statistik Indonesia 2025 yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah keseluruhan mahasiswa di tanah air pada tahun 2024 mencapai 8.467.714 individu. Nilai ini menunjukkan peningkatan jika dibandingkan dengan angka tahun lalu yang tercatat sebesar 8.316.919 individu.<sup>4</sup> Hal ini menunjukkan juga seberapa besar populasi

---

<sup>3</sup> Goodstats, 2023, 29 Agustus. Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z. Goodstast.go.id. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv> diakses pada 27 Oktober 2025.

<sup>4</sup> Halopedeka, 2026, 18 Januari. Jumlah Mahasiswa Indonesia Tembus 8,4 Juta, Banten Puncaki Daftar Sebaran Terbanyak. Halopedeka. <https://www.halopedeka.com/pendidikan/57616430957/jumlah-mahasiswa-indonesia-tembus-84->

mahasiswa sehingga bisa menjadi objek penelitian dalam kajian sosial, digital maupun religius di era sosial

Berdasarkan informasi resmi dari Kementerian Agama Republik Indonesia melalui Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu untuk Umrah dan Haji Khusus (SISKOPATUH), hingga tanggal 13 April 2025, total jamaah Umrah yang berangkat ke tanah suci mencapai 648.458 individu. Pada bulan Januari jumlah jamaah sebanyak 218.964, sedangkan pada bulan Februari jumlahnya menurun menjadi 217.268, pada bulan Maret menurun lagi jumlah jamaah umrah menjadi 110.890, dan pada bulan April menurun lagi menjadi 101.363. Peningkatan jumlah jamaah umrah di Indonesia sudah terlihat sejak 2022, yang menandai pemulihan aktivitas ibadah luar negeri pasca pandemi.<sup>5</sup> Data dari Kementerian Agama pada tahun 2023 menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah jamaah umrah dikalangan generasi muda berusia 20-35 tahun, terutama setelah pandemi Covid-19 mereda.

Fenomena meningkatnya minat umrah di kalangan generasi muda tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. *Pertama*, faktor **spiritual**, dari penelitian yang dilakukan oleh Wiwin Sulistiyowati tahun 2021 yang berjudul “*Dinamika Religiusitas Jamaah Umrah Remaja di Ar-Roudloh Travel Kabupaten Lamongan*”, diketahui kalau umrah bagi remaja bukan cuma sekadar perjalanan ibadah, tapi

---

[juta-banten-puncaki-daftar-sebaran-terbanyak?utm](#) diakses pada 18 Januari 2026.

<sup>5</sup> Goodstas, 2025, 17 April. Jumlah Jamaah Umrah Indonesia Tembus 648 Ribu Pada 2025. Goodstast.go.id. <https://goodstats.id/article/jumlah-jamaah-umrah-indonesia-tembus-648-ribu-per-april-2025-terus-meningkat-sejak-2022-myGHb> diakses pada 27 Oktober 2025

juga pengalaman yang menumbuhkan rasa kedekatan dengan Allah.<sup>6</sup> Para jamaah remaja yang diteliti merasa lebih tenang, lebih rajin beribadah, dan punya keinginan untuk memperbaiki diri setelah pulang dari Tanah Suci. Pengalaman spiritual itu jadi salah satu alasan kenapa banyak anak muda tertarik berangkat umrah, karena mereka merasa bisa menemukan ketenangan batin dan makna hidup lewat ibadah tersebut

**Kedua**, faktor **media sosial dan teknologi digital**, Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh **Akhmad Fuad dan Syahmardi Yacob pada tahun 2022** dalam jurnal berjudul “*Pengaruh Media Sosial dan Daya Tarik dalam Meningkatkan Minat Umrah terhadap Keputusan Berkunjung ke Tanah Suci pada Generasi Milenial di Kota Jambi*,” dijelaskan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan minat umrah di kalangan generasi muda. Dalam penelitiannya, media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial untuk melaksanakan ibadah umrah.<sup>7</sup> Hal ini karena konten digital yang menarik, seperti visual perjalanan, testimoni jamaah, dan narasi religius, mampu menumbuhkan keinginan serta persepsi bahwa umrah adalah pengalaman spiritual yang berkesan dan relevan dengan gaya hidup anak muda saat ini.

Hasil serupa juga ditemukan oleh **Kareena Aulia Rahma Noor pada tahun 2024** dalam skripsinya yang berjudul “*Strategi Komunikasi Pemasaran*

---

<sup>6</sup> Wiwin Sulistiyowati, “Dinamika Religiusitas Jamaah Umrah Remaja di Ar-Roudloh Travel Kabupaten Lamongan,” *Skripsi* : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2021), hal. 50-52.

<sup>7</sup> Akhmad Fuad dan Syahmardi Yacob, “Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Dalam Meningkatkan Minat Umrah Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tanah Suci Pada Generasi Milenial Di Kota Jambi,” *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 11, no. 04 (2022): 56.

*PT An Nur Maarif dalam Meningkatkan Minat Umrah Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram.*” Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sangat efektif dalam menarik perhatian generasi muda terhadap ibadah umrah.<sup>8</sup> Melalui strategi komunikasi yang menonjolkan visual menarik, narasi spiritual ringan, serta testimoni jamaah muda, PT An Nur Maarif berhasil menciptakan kedekatan emosional dan minat beribadah pada kalangan milenial.

**Ketiga, Faktor dukungan keluarga dan lingkungan religius,** menurut Dr. Mahmud bin Sayyed salah satu dosen muslim di University of Warwick Coventry-UK saat interview dengan Tim Riset UIN Malang dan Universitas PTIQ Jakarta, bahwa: “Keluarga dan komunitas muslim berperan sentral dalam menjaga dan memastikan sustainability dakwah dan syiar Islam di Inggris bagi Gen-Z sebagai generasi penerus muslim” di mana bisa juga sebagian orang tua menjadi pendorong bagi anak-anak mereka untuk melaksanakan umrah sejak muda sebagai bentuk pembinaan karakter dan peningkatan spiritualitas.

Penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai **resepsi generasi Z terhadap tren umrah di sosial media yang semakin banyak.** Fokus utama penelitian ini bukan pada aspek penyelenggaraan, manajemen biro perjalanan, atau kebijakan pemerintah terkait umrah, melainkan pada pandangan generasi Z terhadap banyaknya tren umrah di media sosial seperti tiktok, instagram, dll.

---

<sup>8</sup> Kareena Aulia Rahma Noer, “Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Produk Umrah Pada Haji Tour Travel, Jakarta Selatan,” Skripsi: *UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA*, 2024, hal. 15.

Subjek penelitian ini adalah **generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012** yang sudah melihat dan juga mengamati tentang banyaknya tren umrah di sosial media. Dengan batasan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pandangan atau resepsi generasi Z terhadap maraknya tren umrah media sosial.

Berdasarkan telaah terhadap penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesenjangan yang menjadi dasar penelitian ini. Sebagian besar penelitian sebelumnya membahas umrah dari sisi promosi digital, perilaku konsumen, dan dampak religius pasca ibadah, namun belum ada yang secara khusus meneliti bagaimana generasi Z memaknai ibadah umrah sebagai pengalaman spiritual dan sosial. Selain itu, pendekatan penelitian yang digunakan sebelumnya masih bersifat kuantitatif atau deskriptif, sedangkan penelitian ini menggunakan resepsi atau pandangan generasi Z terhadap maraknya tren umrah di media sosial. Penelitian ini juga memperluas konteks dengan menempatkan generasi Z sebagai subjek utama dalam realitas sosial keagamaan masa kini, di mana pengaruh media sosial, budaya populer, dan identitas religius digital turut membentuk cara mereka memahami ibadah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru dalam memahami fenomena ibadah umrah di kalangan generasi Z di Indonesia.

Penelitian ini memiliki kebaruan baik dari sisi fokus kajian, pendekatan metodologis, maupun konteks sosial yang diangkat. Kebaruan lainnya terletak pada analisis resepsi yang digunakan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti

untuk memahami pengalaman secara mendalam bukan sekadar mendeskripsikan perilaku keagamaan, tetapi menyingkap bagaimana generasi Z merasakan, merefleksikan, dan memaknai ibadah umrah sebagai salah satu tren yang sedang marak di media sosial.

Selain itu, penelitian ini juga menghadirkan konteks baru yang lebih luas dengan menempatkan generasi Z sebagai subjek utama. Di tengah kuatnya pengaruh media sosial, budaya populer, dan arus modernitas, penelitian ini berusaha melihat bagaimana nilai-nilai spiritual tetap tumbuh dan dipahami oleh anak muda melalui praktik ibadah umrah. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memahami ibadah umrah bukan hanya sebagai ritual keagamaan, melainkan sebagai fenomena sosial dan spiritual yang merepresentasikan dinamika religiusitas generasi muda di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya analisis resepsi keagamaan khususnya yang berkaitan dengan praktik ibadah dan juga resepsi tentang tren umrah di kalangan generasi Z.

Oleh karena itu, peneliti merasa bahwa judul ini penting agar dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai Resepsi Generasi Z terhadap Tren Umrah Di Sosial Media. Penelitian ini diharapkan mampu mengungkap pandangan generasi Z terhadap maraknya tren umrah di media sosial, apakah hal tersebut dapat berdampak positif terhadap khalayak atau tidak, Dengan demikian, penelitian ini dapat melihat bagaimana pandangan dari generasi Z berdasarkan tren tersebut.

## **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Agar penelitian ini terorganisir dan terstruktur dengan baik, perlu dilakukan pembatasan masalah. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah hanya seputar Resepsi generasi Z terhadap tren umrah di sosial media. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian berikut:

1. Bagaimana Resepsi Generasi Z mahasiswa Terhadap Fenomena Tren Umrah Di Sosial Media?
2. Faktor Apa Saja yang Mempengaruhi Resepsi Generasi Z Islam Terhadap Fenomena Tren Umrah di Sosial Media?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian atau rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui serta memahami bagaimana resepsi generasi Z mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Prodi Psikologi Islam terhadap fenomena tren umrah di sosial media.
2. Untuk mengetahui serta memahami faktor apa saja yang mempengaruhi resepsi generasi Z mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Prodi Psikologi Islam terhadap fenomena tren umrah di media sosial.

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu sosial dan juga keagamaan, khususnya tentang

bagaimana resepsi generasi Z terhadap banyaknya tren umrah di sosial media. Dengan terfokus pada resepsi dan juga faktor yang mempengaruhi resepsi generasi Z terhadap fenomena tren umrah di media sosial. Hal ini dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mendalami resepsi generasi Z terkait tren umrah di sosial media.

## 2. Manfaat Praktis.

### a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai resepsi generasi Z terhadap fenomena tren umrah di sosial media. Melalui proses pengumpulan data dan analisis peneliti dapat lebih mengetahui secara langsung tentang beberapa faktor yang mempengaruhi resepsi dari generasi Z berdasarkan tren tersebut. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bekal peneliti untuk terus mengembangkan wawasan keilmuan.

### b. Bagi Akademik.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian ilmu sosial serta keagamaan, khususnya dalam bidang dakwah dan juga sosiologi agama yang berkaitan dengan fenomena ibadah umrah di kalangan para generasi Z. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat tentang apa saja pengalaman spiritual yang didapat oleh generasi Z setelah melaksanakan ibadah umrah.

## E. Penegasan Istilah

Untuk mencegah terjadinya salah pengertian dalam memahami maksud dari judul penelitian ini, serta untuk memberikan penjelasan yang lebih jelas mengenai hal-hal yang sedang di bahas, maka beberapa istilah utama dalam judul akan diuraikan secara lebih mendetail sebagai berikut :

### 1. Penegasan Konseptual

#### a. Resepsi

Resepsi berasal dari istilah atau bahasa latin yakni *recipere*, sementara dalam bahasa inggris disebut *reception* yang berarti penerimaan. Teori resepsi mengacu pada pemahaman yang diberikan oleh audiens yang lebih menekankan pada cara audiens dalam menerima informasi.<sup>9</sup> Definisi resepsi dalam istilah atau secara terminologis adalah sebagai studi keindahan yang bergantung pada reaksi pembaca terhadap sebuah tulisan, dari hal ini bisa kita simpulkan bahwa resepsi merupakan suatu bidang ilmu yang menelaah teks atau kata-kata yang menitikberatkan pada fungsi atau peran pembaca dalam menanggapi tulisan tersebut dan membuat sebuah reaksi.<sup>10</sup>

#### b. Generasi Z

Generasi Z (Gen Z) merujuk kepada sekumpulan individu dalam demografi yang muncul setelah generasi milenial dan sebelum generasi

---

<sup>9</sup> Mira Kumala Sari dan Sandi Ibrahim Abdullah, "Analisis Resepsi Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Unisba Terhadap Video 'Mendebat Si Pawang Hujan,'" *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* vol. 5, no. 2 (2022): 277.

<sup>10</sup> Risqi Inayah Dwijayanti, Sandra Olifia, dan Anika Wisahra, "Resepsi Khalayak Terhadap Kampanye Diet Kantong Plastik Pada Instagram @IDDKP," *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* vol. 27, no. 3 (2022): 311

alfa. Menurut Dimock dari Pew Research Center, Gen Z terdiri dari individu yang dilahirkan antara tahun 1997 hingga 2012, Dimana masa ini menunjukkan kemajuan dalam aspek sosial dan ekonomi yang lebih terjamin serta perkembangan pesat dalam bidang teknologi informasi.<sup>11</sup> Mereka adalah generasi yang lahir ketika komputer pribadi (personal computer) telah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan.

c. Fenomena Tren Umrah di Media Sosial

Fenomena tren umrah di media sosial merupakan sebuah tren digital dimana konten mengenai perjalanan ibadah umroh menjadi viral dan banyak dibagikan di platform media sosial.

d. Ibadah Umrah

Menurut bahasa, umrah berarti “kunjungan”. Sementara itu, secara syar’i umrah adalah melakukan kunjungan ke Ka’bah, mengelilingi Ka’bah dengan tawaf, melakukan sa’i antara bukit Shafa dan Marwah, serta mencukur atau memangkas rambut sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dan dapat di selenggarakan setiap waktu.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Rusdan Kamil dan Laksmi, “Generasi Z, Pustakawan, dan Vita Activa Kepustakawanan,” *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi* vol. 08, no. 105 (2023): 27

<sup>12</sup> Suci Wulandari, Salman Daffa Nur Azizi, dan Rifqi Thariq Hidayat, “Paradigma Ibadah Haji dan Umrah Ditinjau Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia,” *Komparatif: Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2024): 174

## **2. Penegasan Operasional**

### **a. Resepsi**

Dalam penelitian ini resepsi generasi Z terhadap fenomena tren umrah di media sosial diartikan sebagai cara generasi Z memahami, menilai dan merespon konten-konten yang berkaitan dengan ibadah umrah yang tersebar di berbagai platform media sosial. Istilah resepsi dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai penerimaan informasi semata, tetapi sebagai proses komunikasi dua arah antara pesan yang disampaikan melalui media sosial dengan pemaknaan subjektif generasi Z.

### **b. Generasi Z**

Dalam penelitian ini, generasi Z adalah subjek penelitian yang berusia 18-26 tahun pada tahun 2024, yang aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, tiktok, youtube.

### **c. Fenomena Tren Umrah di Media Sosial**

Didalam penelitian ini fenomena tren umrah di media sosial merujuk pada beragam konten digital seperti postingan, reels, story, vlog, yang mendokumentasikan pengalaman umrah dengan gaya dan narasi yang populer di kalangan generasi Z. Fenomena ini juga mencakup munculnya influencer ataupun influencer religi yang membagikan pengalaman umrah mereka.

### **d. Ibadah Umrah**

Dalam penelitian ini ibadah umrah tidak hanya dipandang sebagai ibadah saja, namun juga sebagai sebuah perjalanan dan juga pengalaman yang penuh dengan kenangan. Dimensi ini mencakup aspek spiritual, sosial, psikologis, dan juga budaya populer, sebagaimana yang diabadikan melalui media sosial dan juga beberapa platform digital. Fokusnya adalah pada makna yang diberikan generasi Z terhadap pengalaman menjalankan umrah di era digital ini.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Penulisan sistematika pembahasan dijabarkan disini untuk memberikan pandangan secara umum terkait dengan rencana susunan setiap bab yang akan diuraikan dalam penelitian skripsi ini. Sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini terdiri dari enam bab, antara lain:

Bab I : Menyajikan latar belakang permasalahan atau konteks studi yang berkaitan dengan Resepsi Generasi Z Terhadap Fenomena Tren Umrah di Sosial media. Fokus serta pertanyaan untuk penelitian. Tujuan atau sasaran penelitian. Manfaat penelitian baik dari segi teoritis maupun secara praktis. Beberapa penegasan istilah dan juga sistematika pembahasan.

Bab II : Pada bab ini, akan dijelaskan kerangka teori yang menjadi pedoman utama atau acuan dasar mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan fokus dari penelitian. Terdapat beberapa teori yang akan dibahas, antara lain: Teori resepsi, media sosial dan juga dakwah digital, ibadah umrah, serta generasi Z. Selanjutnya, akan dijelaskan juga

tentang penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tinjauan Pustaka serta kerangka pemikiran yang relevan.

Bab III: Pada bab ini akan dijelaskan tentang rancangan penelitian, data serta sumber datanya, teknik pengumpulan data, uji atau pengecekan keabsahan data, dan juga beberapa tahapan-tahapan dalam penelitian.

Bab IV: Pada bab ini akan dijelaskan mengenai paparan data yaitu deskripsi umum tentang objek penelitian serta paparan data yang telah dilaksanakan penulis di lapangan.

Bab V: Pada bab ini membahas tentang beberapa hasil dan pembahasan terkait analisis penelitian di lapangan, dan juga disertai dengan teori yang relevan dengan penelitian.

Bab VI: Pada bab ini membahas tentang penutup yang berisi kesimpulan dan saran.