

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ibadah umrah merupakan salah satu bentuk ibadah dalam Islam yang memiliki dimensi spiritual mendalam dan dapat dilakukan kapan saja sepanjang tahun, berbeda dengan ibadah haji yang hanya dilaksanakan pada waktu tertentu. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena menarik mulai terlihat di kalangan Generasi Z, terutama mahasiswa yang menunjukkan minat dan antusiasme tinggi untuk menunaikan ibadah umrah di usia muda. Hal ini menjadi perhatian penting mengingat umrah sebelumnya lebih identik dengan kelompok usia matang atau pensiunan yang sudah mapan secara ekonomi dan spiritual.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Badan Pusat Statistik, 2021). Merupakan kelompok yang tumbuh dan berkembang di tengah era digital. Karakteristik mereka yang kritis, independen, terhubung secara global, serta memiliki akses informasi yang sangat luas melalui media sosial, membuat pendekatan mereka terhadap ibadah pun berbeda dari generasi sebelumnya. Umrah bagi generasi ini bukan hanya sekedar kewajiban atau pelengkap ibadah, melainkan juga menjadi bentuk aktualisasi spiritual, refleksi diri, hingga bagian dari pencapaian hidup.

Kemudahan teknologi dan informasi turut mempercepat tren ini. Saat ini, biro travel menawarkan paket umrah yang semakin variatif dan terjangkau, termasuk paket umrah milenial atau *backpacker* yang dirancang khusus untuk anak muda. Selain itu, konten-konten religius di media sosial yang menampilkan pengalaman umrah para tokoh muda dan selebgram juga turut menginspirasi generasi Z untuk segera melaksanakan ibadah ini.

Motivasi mereka pun beragam, mulai dari keinginan untuk mendekatkan diri kepada Allah, mencari ketenangan batin, mengikuti ajakan keluarga atau komunitas, selain itu dorongan untuk berbagi pengalaman spiritual di *platform digital*, dan juga kemunculan konten-konten religius di media sosial, semakin memotivasi generasi muda untuk menunaikan ibadah ini. Sebagian dari mereka bahkan telah mulai menabung dan mengikuti komunitas bimbingan manasik umrah.

Namun, di balik tingginya motivasi tersebut, terdapat realitas sosial dan ekonomi yang menjadi tantangan besar. Generasi Z saat ini hidup di tengah krisis ekonomi global, inflasi, ketidakpastian pekerjaan, serta meningkatnya biaya hidup. Dalam kondisi ini, banyak dari mereka lebih memprioritaskan kestabilan ekonomi jangka panjang dengan cara seperti berinvestasi untuk mencapai kebebasan finansial (*financial freedom*). Bahkan, sebagian merasa perlu menunda ibadah umrah demi mencapai target finansial terlebih dahulu. Umrah pun terkadang dianggap sebagai pengeluaran besar yang bisa ditunda, dan digantikan dulu oleh kebutuhan produktif lainnya.

Fenomena ini juga selaras dengan data yang menunjukkan pergeseran pola kerja Generasi Z di Indonesia. Dalam satu tahun terakhir, tercatat fenomena unik bahwa banyak Generasi Z lebih memilih bekerja sebagai *freelancer* dibandingkan pekerja formal. Pilihan ini didorong oleh keinginan untuk memperoleh waktu kerja yang fleksibel, menyesuaikan pekerjaan dengan passion, serta menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional (*work-life balance*). Data juga mencatat bahwa rata-rata pendapatan pekerja *freelance* dengan pendidikan SMA hanya sekitar Rp1,9 juta per bulan, sedangkan mereka yang belum tamat sekolah dasar memperoleh rata-rata Rp1,3 juta per bulan. (Badan Pusat Statistik, 2025). Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi Generasi Z yang memiliki aspirasi spiritual untuk beribadah umrah, karena keterbatasan pendapatan berdampak langsung pada kemampuan finansial mereka untuk mewujudkan niat tersebut.

Fenomena ini menggambarkan adanya dilema antara kebutuhan spiritual dan kebutuhan finansial. Banyak generasi muda muslim yang berada pada posisi ingin menjalankan umrah sebagai bentuk ketundukan dan pencarian makna, tetapi secara ekonomi belum memiliki kemandirian atau daya dukung yang mencukupi. Di sisi lain, tekanan sosial dari lingkungan yang mempromosikan gaya hidup produktif dan sukses sejak muda mendorong mereka untuk mengejar *financial freedom* terlebih dahulu. Mereka cenderung berpikir strategis bahwa ibadah dapat dilakukan di kemudian hari setelah mapan secara ekonomi.

Fenomena ini dapat dianalisis melalui pendekatan teori psikologi dan perilaku manusia. Melalui Teori *Self-Determination* yang menjelaskan bahwa motivasi

intrinsik seperti keinginan untuk beribadah secara tulus berasal dari pemenuhan tiga kebutuhan psikologis: kompetensi, keterhubungan sosial, dan otonomi. Generasi Z yang memiliki kesadaran spiritual cenderung tetap terdorong untuk beribadah, meskipun mengalami keterbatasan ekonomi. Di sisi lain, tekanan sosial, tuntutan gaya hidup, dan kebutuhan akan stabilitas finansial juga menghadirkan motivasi ekstrinsik yang memengaruhi keputusan mereka (Deci & Ryan, 2000)

Lebih lanjut, kebutuhan spiritual seperti ibadah berada pada tingkat tertinggi dalam hierarki kebutuhan, yakni aktualisasi diri. Namun, seseorang hanya dapat mencapai aktualisasi diri apabila kebutuhan dasar dan keamanan ekonominya telah terpenuhi. Dengan demikian, wajar apabila sebagian Generasi Z merasa perlu menunda umrah demi memenuhi kebutuhan dasar lainnya terlebih dahulu. (Abraham Maslow 1970)

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti memandang bahwa tingginya keinginan Generasi Z untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Di tengah berbagai tantangan ekonomi, ketidakpastian pekerjaan, serta kecenderungan generasi muda untuk memprioritaskan pencapaian finansial, masih terdapat individu-individu yang memiliki motivasi kuat untuk melaksanakan ibadah umrah. Kondisi ini menunjukkan bahwa motivasi beribadah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor psikologis, spiritual, dan sosial yang membentuk cara pandang Generasi Z terhadap ibadah umrah. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil posisi untuk memahami bagaimana motivasi tersebut terbentuk, dipertahankan, dan dimaknai oleh Generasi Z yang memiliki keinginan kuat untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda meskipun menghadapi berbagai keterbatasan.

Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam motivasi Generasi Z terhadap ibadah umrah di usia muda serta bagaimana mereka memaknai keinginan untuk melaksanakan ibadah tersebut di tengah berbagai kondisi sosial, ekonomi, dan spiritual yang mereka hadapi. Fokus penelitian ini adalah pada mahasiswa generasi Z sebagai representasi dari generasi muda Muslim yang aktif, berpikir terbuka, dan memiliki kecenderungan untuk mencari makna hidup melalui cara-cara yang lebih personal

dan reflektif. Melalui studi ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang utuh mengenai dinamika religiusitas generasi Z dalam konteks ibadah umrah, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan program pembinaan dan pelayanan ibadah yang lebih kontekstual, inklusif, dan sesuai dengan karakter generasi masa kini.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini mengenai Motivasi Generasi Z Terhadap Pelaksanaan Ibadah Umrah Di Usia Muda. Selanjutnya agar penelitian ini lebih terarah maka diturunkan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah aspek otonomi berperan dalam membentuk motivasi Generasi Z untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda ?
2. Apakah aspek kompetensi memengaruhi kesiapan dan keyakinan diri Generasi Z untuk menunaikan ibadah umrah di usia muda ?
3. Bagaimana aspek keterhubungan sosial dengan lingkungan keluarga, teman sebaya, dan media sosial berkontribusi terhadap motivasi Generasi Z untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Motivasi Generasi Z Terhadap Ibadah Umrah Di Usia Muda. yang dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, dengan uraian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran aspek otonomi dalam membentuk motivasi Generasi Z untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda.
2. Untuk mengetahui pengaruh aspek kompetensi terhadap kesiapan dan keyakinan diri Generasi Z untuk menunaikan ibadah umrah di usia muda
3. Untuk mengetahui aspek keterhubungan sosial dengan lingkungan keluarga, teman sebaya, dan media sosial terhadap motivasi Generasi Z untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang studi keislaman, sosiologi agama,

dan manajemen haji dan umrah, khususnya terkait perilaku keagamaan generasi muda. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai motivasi ibadah umrah di kalangan Generasi Z, yang memiliki karakteristik unik dibanding generasi sebelumnya. Temuan-temuan dalam penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar dalam mengembangkan teori-teori tentang religiusitas kontemporer, spiritualitas generasi digital, serta dinamika identitas keagamaan dalam masyarakat modern.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak. Bagi lembaga keagamaan dan pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang program pembinaan dan edukasi umrah yang lebih relevan bagi generasi muda. Bagi lembaga pendidikan, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan ajar dan referensi akademik. Penyelenggara haji dan umrah juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk merancang layanan dan paket perjalanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi muda. Bagi generasi Z itu sendiri, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi untuk memahami niat, kesiapan, dan makna ibadah umrah dalam kehidupan mereka yang juga dipengaruhi oleh aspirasi kebebasan finansial dan gaya hidup modern.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

1) Teori *Self – Determination*

Teori *Self-Determination* adalah teori psikologi yang mengemukakan bahwa setiap orang memiliki kebutuhan dasar yang mendorong perilaku dan motivasi. Kebutuhan dasar tersebut yaitu individu, kompetensi, dan keterhubungan sosial.

Otonomi merujuk pada perasaan memiliki kendali atas tindakan dan keputusan yang diambil. Individu merasa bebas untuk bertindak sesuai nilai dan keyakinannya sendiri, bukan karena tekanan luar. Dalam konteks ibadah umrah, Generasi Z yang memiliki otonomi tinggi cenderung beribadah atas dorongan spiritual pribadi untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt.

Kompetensi menggambarkan perasaan mampu dan percaya diri dalam menghadapi tugas atau tantangan. Bagi Generasi Z, hal ini tampak dari kesiapan finansial, pengetahuan tentang tata cara umrah, serta kemampuan mengatur waktu

dan perencanaan perjalanan. Ketika individu merasa kompeten, keyakinan diri meningkat dan motivasi intrinsik menjadi lebih kuat.

Keterhubungan sosial berkaitan dengan kebutuhan untuk merasa diterima dan didukung oleh orang lain. Dukungan keluarga, teman, komunitas, dan media sosial berperan penting dalam memperkuat niat beribadah. Lingkungan sosial yang positif membantu individu merasa memiliki makna dan dukungan emosional dalam menjalankan ibadah umrah. (Ryan & Deci, 2000).

2) Teori Keputusan Konsumen

Dalam konteks keputusan melaksanakan ibadah umrah di usia muda, teori keputusan konsumen dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana Generasi Z memilih, memutuskan, dan bertindak dalam melaksanakan ibadah umrah. Keputusan konsumen adalah proses yang melibatkan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan pembelian, serta perilaku setelah pembelian. Proses ini dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang membentuk cara konsumen, dalam hal ini generasi muda, memilih produk atau layanan, termasuk paket umrah yang mereka pilih. (Kotler & Keller, 2016)

Generasi Z sebagai konsumen ibadah umrah memiliki karakteristik unik yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan akses informasi digital. Mereka cenderung kritis, selektif dalam pengambilan keputusan, dan memadukan dimensi religiusitas dengan pertimbangan ekonomis dan gaya hidup modern. Faktor internal seperti kebutuhan spiritual dan aktualisasi diri berinteraksi dengan faktor eksternal seperti pengaruh media sosial, rekomendasi keluarga, serta variasi paket umrah yang ditawarkan biro perjalanan.

Keputusan melaksanakan ibadah umrah di usia muda ini tidak hanya dilihat dari aspek religiusitas, tetapi juga nilai guna, biaya, waktu, dan pengalaman spiritual yang ditawarkan. Generasi Z yang memiliki preferensi gaya hidup efisien dan fleksibel akan mempertimbangkan berbagai varian paket umrah yang sesuai dengan anggaran dan gaya perjalanan mereka, seperti paket umrah milenial atau paket *backpacker* yang lebih ekonomis dan praktis. Dalam hal ini, teori keputusan konsumen membantu memahami bagaimana proses evaluasi dan pilihan mereka terjadi secara rasional di tengah dinamika sosial dan ekonomi yang kompleks.

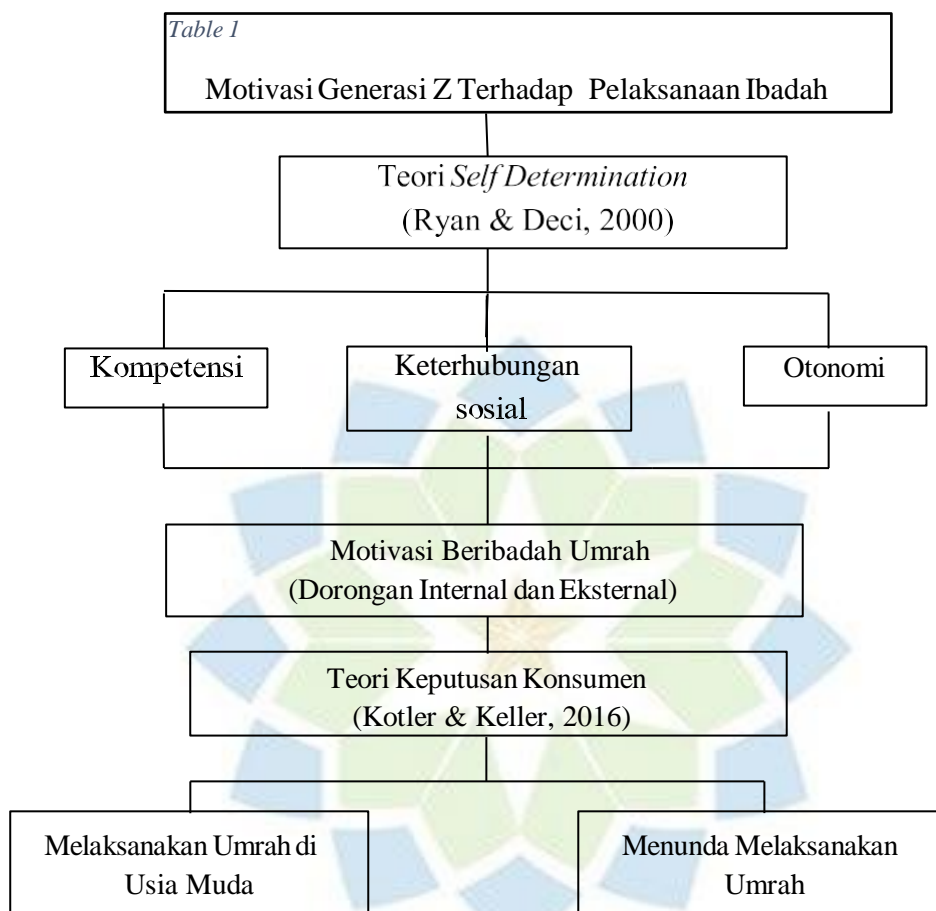
1.5.2 Kerangka Konseptual

Penelitian ini didasarkan pada pemahaman bahwa motivasi Generasi Z terhadap ibadah umrah di usia muda terbentuk melalui interaksi antara faktor internal dan eksternal yang mereka alami. Faktor internal meliputi keinginan spiritual pribadi, pencarian makna hidup, serta kesadaran religius yang berkembang dalam diri individu. Sementara itu, faktor eksternal mencakup pengaruh keluarga, teman sebaya, lingkungan sosial, serta paparan informasi dari media sosial dan teknologi digital yang sangat dekat dengan kehidupan Generasi

Z. Faktor-faktor tersebut membentuk motivasi Generasi Z untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda. Motivasi ini dapat bersifat spiritual, seperti keinginan untuk mendekatkan diri kepada Tuhan serta mencari ketenangan batin

Selanjutnya, motivasi yang terbentuk akan memengaruhi keputusan Generasi Z untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda. Keputusan ini tercermin dalam perilaku konkret, seperti mulai menabung, mengikuti edukasi umrah, serta membagikan pengalaman dan inspirasi melalui media sosial. Dengan demikian, kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan dinamis antara faktor internal dan eksternal, motivasi, serta keputusan melaksanakan ibadah umrah di usia muda pada Generasi Z.

Kerangka konseptual ini menjadi pijakan untuk menganalisis bagaimana dan mengapa Generasi Z memaknai serta memutuskan untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda, serta faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam proses tersebut



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual

1.6 Langkah - Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang berada di Jalan A.H Nasution No. 105, Cipadung, Cibiru, Kota Bandung. Alasan memilih lokasi ini adalah karena Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung merupakan lingkungan akademik yang menjadi representasi nyata dari mahasiswa Generasi Z yang menjadi fokus penelitian ini.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang menekankan bahwa realitas sosial, dalam hal ini motivasi Generasi Z terhadap ibadah umrah di usia muda, dibentuk secara subjektif melalui pengalaman dan interaksi sosial individu. Paradigma ini sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif yang bertujuan menggali makna dan pemahaman mendalam dari sudut pandang subjek penelitian terkait ibadah umrah. Paradigma konstruktivis sangat relevan untuk memahami kehidupan beragama Generasi Z yang dipengaruhi oleh teknologi

digital dan lingkungan sosial

Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana Generasi Z memaknai ibadah umrah secara personal dan kontekstual, termasuk bagaimana faktor internal seperti spiritualitas dan nilai agama. Dan faktor eksternal seperti media sosial dan lingkungan sosial membentuk motivasi dan persepsi mereka.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Dalam penelitian ini, kasus yang dikaji adalah motivasi mahasiswa Generasi Z dalam melaksanakan ibadah umrah di usia muda, yang dipengaruhi oleh faktor spiritual, sosial, ekonomi, serta budaya digital yang melekat pada kehidupan generasi tersebut.

Studi kasus dapat bersifat instrumental, intrinsik, ataupun kolektif. Penelitian ini menggunakan studi kasus instrumental tunggal, karena fokus penelitian bukan pada keunikan individu tertentu, tetapi pada isu atau masalah yang hendak dipahami. (John W. Creswell, 2016) yaitu bagaimana dan mengapa mahasiswa Generasi Z termotivasi melaksanakan ibadah umrah di usia yang relatif muda. Kasus ini dijadikan instrumen untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor yang membentuk motivasi tersebut, baik faktor spiritual, sosial, ekonomi, maupun pengaruh media digital.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan memahami secara mendalam motivasi Generasi Z dalam melaksanakan ibadah umrah di usia muda. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali makna, pengalaman, serta pertimbangan subjektif mahasiswa yang tidak dapat dijelaskan melalui angka atau statistik. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menelusuri faktor spiritual, sosial, ekonomi, dan pengaruh media digital yang membentuk motivasi beribadah di kalangan Generasi Z. Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian menganalisisnya secara induktif untuk menemukan tema dan pola makna yang muncul dari pengalaman informan.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dengan menggunakan metode wawancara, dan dokumentasi.

2) Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen terkait motivasi generasi Z terhadap ibadah umrah di usia muda

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur, dokumen, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik motivasi dan persepsi Generasi Z terhadap ibadah umrah di usia muda. Beberapa sumber utama mencakup artikel akademik, skripsi, dan laporan yang membahas minat serta perilaku Generasi Z dalam konteks haji dan umrah, seperti studi yang mengkaji makna spiritual ibadah umrah pada generasi ini. Selain itu, data sekunder juga diambil dari dokumen kebijakan pemerintah terkait penyelenggaraan haji serta publikasi yang membahas karakteristik religiusitas dan perilaku keagamaan Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh teknologi dan media sosial.

Sumber lain berupa hasil kajian yang mengulas faktor-faktor sosial dan ekonomi yang memengaruhi keputusan Generasi Z dalam melaksanakan umrah di usia muda. Dengan memanfaatkan sumber data sekunder ini, penelitian dapat memperoleh konteks teoritis dan empiris yang kuat untuk menguatkan analisis dan interpretasi data primer yang diperoleh dari wawancara dan observasi di lapangan.

1.6.5 Informan dan Unit Analisis

Informan dalam penelitian ini adalah individu-individu yang dipilih secara *purposive* (sengaja) berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Informan utama adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang termasuk dalam Generasi Z yang memiliki ketertarikan, atau niat untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda. Informan ini dipilih karena mereka dianggap mampu memberikan informasi yang kaya dan mendalam mengenai motivasi mereka

terhadap ibadah umrah di usia muda.

Unit analisis dalam penelitian ini merujuk pada satuan terkecil yang menjadi fokus kajian, yaitu individu Mahasiswa Generasi Z sebagai subjek yang mengalami dan memaknai fenomena motivasi terhadap ibadah umrah di usia muda. Unit analisis adalah keseluruhan hal yang diteliti untuk mendapatkan penjelasan secara menyeluruh mengenai fenomena yang dikaji. (Morissan, 2017) Dalam konteks penelitian kualitatif ini, unit analisis tidak hanya terbatas pada individu sebagai subjek, tetapi juga mencakup konteks sosial dan budaya di mana mahasiswa tersebut berinteraksi, seperti lingkungan kampus dan komunitas keagamaan yang memengaruhi motivasi dan persepsi mereka.

Dengan menetapkan informan dan unit analisis seperti di atas, penelitian ini dapat secara sistematis menggali dan memahami secara mendalam bagaimana Generasi Z memandang dan memotivasi diri untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda, serta faktor-faktor yang mempengaruhi proses tersebut.

1.6.6 Teknik Penentuan Informan

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling* atau pengambilan sampel secara sengaja. Teknik ini dipilih karena peneliti memerlukan informan yang memiliki pengalaman dan pengetahuan mendalam mengenai motivasi Generasi Z terhadap ibadah umrah di usia muda. Dengan kata lain, informan yang dipilih bukan secara acak, melainkan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Kriteria utama informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang termasuk dalam Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2012 dan memiliki pengalaman, ketertarikan, atau niat untuk melaksanakan ibadah umrah di usia muda.

Dalam penelitian ini, ketujuh informan berasal dari program studi yang berbeda di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dengan masing-masing program studi diwakili oleh satu informan. Pemilihan satu informan dari setiap program studi dilakukan karena penelitian ini tidak bertujuan membandingkan motivasi antar program studi, melainkan untuk memahami secara mendalam motivasi Generasi Z terhadap ibadah umrah di usia muda pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Oleh karena itu, keterwakilan program studi tidak menjadi pertimbangan utama dalam menentukan jumlah informan. Setiap

informan dipilih berdasarkan kesesuaian dengan kriteria penelitian dan kemampuannya memberikan informasi yang relevan serta mendalam mengenai topik yang diteliti. Selain itu, pemilihan satu informan dari masing-masing program studi dilakukan untuk menghindari dominasi perspektif dari program studi tertentu sehingga data yang diperoleh dapat mencerminkan keberagaman pandangan mahasiswa dari berbagai latar belakang akademik di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Proses pemilihan informan diawali dengan identifikasi calon informan yang memenuhi kriteria melalui berbagai saluran, seperti media sosial, komunitas kampus, dan jaringan personal. Peneliti kemudian melakukan pendekatan untuk menjelaskan tujuan penelitian dan mengajak mereka berpartisipasi sebagai informan. Setelah mendapatkan persetujuan, wawancara mendalam dilakukan secara bertahap hingga data yang diperoleh mencapai titik kejenuhan atau *saturation*, yaitu saat informasi yang diperoleh sudah tidak memberikan tambahan makna baru.

Pendekatan purposive sampling ini sangat sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif yang bertujuan menggali pemahaman mendalam dan kontekstual mengenai suatu fenomena. Ini sangat sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif yang bertujuan menggali pemahaman mendalam dan kontekstual. Dengan memilih informan yang tepat dan relevan, penelitian dapat menghasilkan data yang kaya, valid, dan mampu menggambarkan secara akurat motivasi Generasi Z dalam menjalankan ibadah umrah di usia muda.

1.6.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti antara lain:

1) Wawancara

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan mahasiswa Generasi Z di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai motivasi spiritual, sosial, emosional, maupun rasional yang mendorong mereka memilih melaksanakan ibadah umrah pada usia muda. Sebelum melaksanakan wawancara, peneliti menyusun pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan

terbuka yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya mengenai pengalaman pribadi, pengaruh lingkungan, dan faktor-faktor yang membentuk motivasi informan. Wawancara dilakukan secara tatap muka di lingkungan kampus. Setiap proses wawancara dicatat dan direkam untuk menjaga keakuratan data serta memudahkan analisis mendalam.

Melalui wawancara ini, peneliti menggali informasi tentang bagaimana Generasi Z membangun motivasi untuk beribadah, apa yang melatarbelakangi keinginan umrah di usia muda, serta bagaimana pengaruh keluarga, teman sebaya, atau media sosial dalam proses tersebut.

2) Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data pendukung berupa dokumen dan materi visual yang relevan dengan motivasi Generasi Z. Data dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi, serta memastikan keabsahan informasi yang diperoleh.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Untuk mengolah data yang telah diperoleh, penting untuk menguji keabsahan data guna memastikan validitasnya. Salah satu cara yang umum digunakan untuk menguji validitas data adalah dengan triangulasi. Triangulasi adalah proses pengecekan kebenaran data dengan menggunakan berbagai sumber, metode, atau perspektif yang berbeda.

Triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. (Sugiyono, 2015). Selain itu triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. (Wijaya, 2018)

Dengan triangulasi, data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat dibandingkan dan dianalisis untuk melihat konsistensinya. Jika data dari sumber yang berbeda saling mendukung, maka dapat dianggap lebih valid. Triangulasi membantu peneliti untuk memperoleh gambaran yang lebih holistik dan akurat mengenai fenomena yang sedang diteliti, serta mengurangi kemungkinan adanya bias atau kesalahan dalam interpretasi data.

1.6.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan studi

pustaka yang relevan. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolahnya dengan pendekatan analisis deskriptif, yang bertujuan untuk menyajikan semua informasi yang diperoleh secara menyeluruh, terperinci, dan sistematis. Analisis ini tidak hanya menampilkan fakta-fakta yang ada, tetapi juga menggali pemahaman lebih dalam mengenai fenomena yang diteliti, dengan cara menghubungkan berbagai data dan informasi yang ada, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang topik yang diteliti.

