

SKRIPSI
MOTIVASI JAMAAH GEN Z MENGIKUTI KAJIAN *OFFLINE*
MELALUI INSTAGRAM @ayah_amanah DI YOGYAKARTA



Disusun Oleh:

Muhammad Chaydar Izzanii Yunant
NIM: 21102010064

Dosen Pembimbing Skripsi:

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si

NIP: 19640923 199203 2 001

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2025



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1375/Un.02/DD/PP.00.9/09/2025

Tugas Akhir dengan judul : MOTIVASI JAMAAH GEN Z MENGIKUTI KAJIAN OFFLINE MELALUI INSTAGRAM @ayah_amanah DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD CHAYDAR IZZANII YUNANT
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010064
Telah diujikan pada : Jumat, 22 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

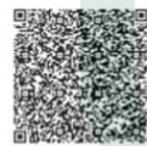
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

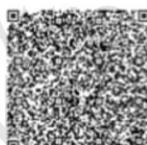
Valid ID: 68b5193b41138



Pengaji I

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

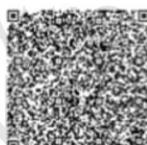
Valid ID: 68b45ad8a9805



Pengaji II

Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.
SIGNED

Valid ID: 68b1c1b76a923



Yogyakarta, 22 Agustus 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 68b650ca18d8c



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM 'NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Chaydar Izzanii Yunant
NIM : 21102010064
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Motivasi Jamaah Gen Z Mengikuti Kajian Offline Melalui Instagram @ayah_amanah Di Yogyakarta

Telah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 15 Agustus 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,

Saptoni, M.A.

NIP. 19730221 199903 1 002

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.S.

NIP. 19640923 199203 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Chaydar Izzanii Yunant
NIM : 21102010064
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Motivasi Jamaah Gen Z Mengikuti Kajian Offline Melalui Instagram @ayah_amanah Di Yogyakarta”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 15 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Chaydar Izzanii Yunant

NIM 21102010064

HALAMAN PERSEMPAHAN

Atas Izin Allah SWT, Tuhan semesta alam.

Tempat hamba meminta dan bersujud.

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, keluarga, almamater, dan seluruh akademisi yang membacanya. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk kita semua.



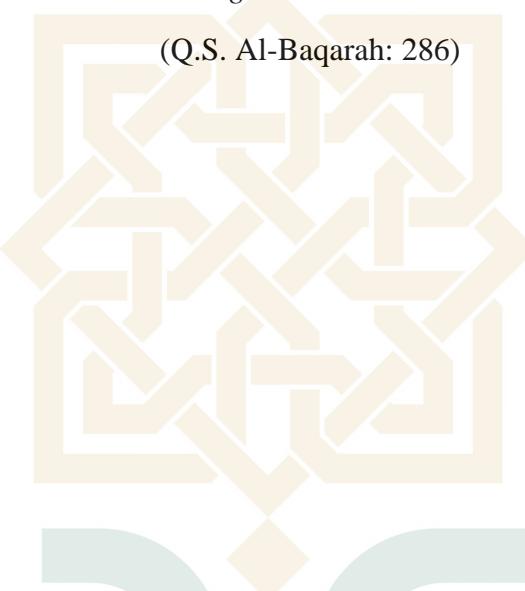
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamien

Puji syukur selalu dipanjatkan kepada Kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kenikmatan, dan atas izin-Nya lah skripsi ini bisa dapat terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, ygng telah menuntun umat manusia menuju jalan kebenaran.

Skripsi yang berjudul “Motivasi Jamaah Gen Z Dalam Mengikuti Kajian Offline Ayah Amanah (Studi Terhadap Pengikut akun Instagram @ayah_amanah Gen Z Regional Yogyakarta”, ini telah selesai ditulis guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Strata 1. Dalam proses pembuatan skripsi ini, banyak dukungan yang telah penulis dapatkan. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Saptoni, M.A.

4. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si, yang senantiasa membimbing dengan sabar, memberikan arahan, dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Muhamad Lutfi Habibi, M.A. yang telah memberikan arahan, masukan pada awal penyusunan skripsi ini.
6. Papa Kisnanto M.Pd, Mama Yayuk Trie Wahyuni Amd, Keb., Mbak Cinsky Azzaa Safira Kisdayni, S.Pd, yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuh hati kepada penulis.
7. Seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Seluruh civitas akademika Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
9. Terima kasih kepada teman-teman Dicky Damanhuri, Dian Nurazizah, Hilmy Naufal Muzakky, Dzakii Al Fikri, dan Zaini Syahrurromdhani yang selalu mendukung dan bersama-sama selama penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman Satset FC KPI yang selalu memberikan semangat serta mengisi kekosongan dalam penulisan skripsi ini.
11. Klub bola tercinta Chelsea FC, yang menjadi penyemangat dan menemanai penulis sejak awal hingga bisa menjadi *content creator* dengan *followers* 11 ribu dalam satu tahun.

12. Terima kasih khusus kepada Ibrahim Mubarak yang telah memberikan dorongan dan motivasi penuh untuk selalu semangat dalam merintis karir menjadi *content creator* bola.

13. Seluruh pihak terkait yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga penulis sampai di titik ini.

Semoga Allah membalas seluruh kebaikan yang telah kalian lakukan dengan kenikmatan, keberkahan dan keselamatan di dunia maupun di akhirat.

Yogyakarta, 11 Agustus 2025

Muhammad Chaydar Izzanii Yunant
21102010064

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji motivasi Generasi Z dalam mengikuti kajian offline yang diselenggarakan oleh Ayah Amanah di Yogyakarta, dengan peran media sosial Instagram sebagai media utama informasi. Kajian ini mengangkat tema-tema relevan bagi Gen Z dan menghadirkan Ustadz Hanan Attaki sebagai figur utama yang komunikatif, santai, dan dekat dengan anak muda. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap 10 jamaah Gen Z yang pernah mengikuti kajian tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama jamaah didorong oleh figur Ustadz Hanan Attaki dan tema pembahasan yang berkaitan erat dengan permasalahan hidup mereka. Selain itu, faktor kenyamanan tempat, keamanan sosial, serta kebutuhan penghargaan berupa sertifikat dan merchandise turut memperkuat motivasi. Kajian offline ini dipandang sebagai ruang transformasi spiritual dan sosial yang memenuhi berbagai kebutuhan sesuai teori motivasi Abraham Maslow. Instagram @ayah_amanah berperan penting sebagai sumber informasi, media hiburan, dan wadah pengakuan sosial yang memotivasi partisipasi aktif jamaah. Integrasi antara dakwah digital dan tatap muka terbukti efektif dalam menarik minat dan menjaga keterlibatan Gen Z. Kesimpulannya, kajian offline Ayah Amanah berhasil menggabungkan nilai-nilai spiritual dengan kebutuhan sosial dan aktualisasi diri Gen Z, serta menjawab dinamika dakwah di era digital.

Kata kunci: *Motivasi, Generasi Z, Kajian Offline, Instagram, Ayah Amanah.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study examines the motivation of Generation Z in attending offline religious studies organized by Ayah Amanah in Yogyakarta, with Instagram serving as the primary source of information. The study features themes relevant to Gen Z and presents Ustadz Hanan Attaki as the main figure, who is communicative, relaxed, and close to the youth. Using a qualitative method with in-depth interviews of 10 Gen Z participants who have attended the studies, the research finds that the main motivation comes from the figure of Ustadz Hanan Attaki and discussion topics closely related to their life challenges. Additionally, factors such as the comfort of the venue, social security, and the need for recognition through certificates and merchandise further strengthen their motivation. The offline studies are viewed as a space for spiritual and social transformation that fulfills various needs based on Abraham Maslow's motivation theory. Instagram @ayah_amanah plays an important role as a source of information, entertainment media, and a platform for social recognition that encourages active participation. The integration of digital and face-to-face preaching has proven effective in attracting interest and maintaining the engagement of Gen Z. In conclusion, Ayah Amanah's offline studies successfully combine spiritual values with the social and self-actualization needs of Generation Z, addressing the dynamics of religious outreach in the digital era.

sKeywords: *Motivation, Generation Z, Offline Study, Instagram, Ayah Amanah.*



DAFTAR ISI

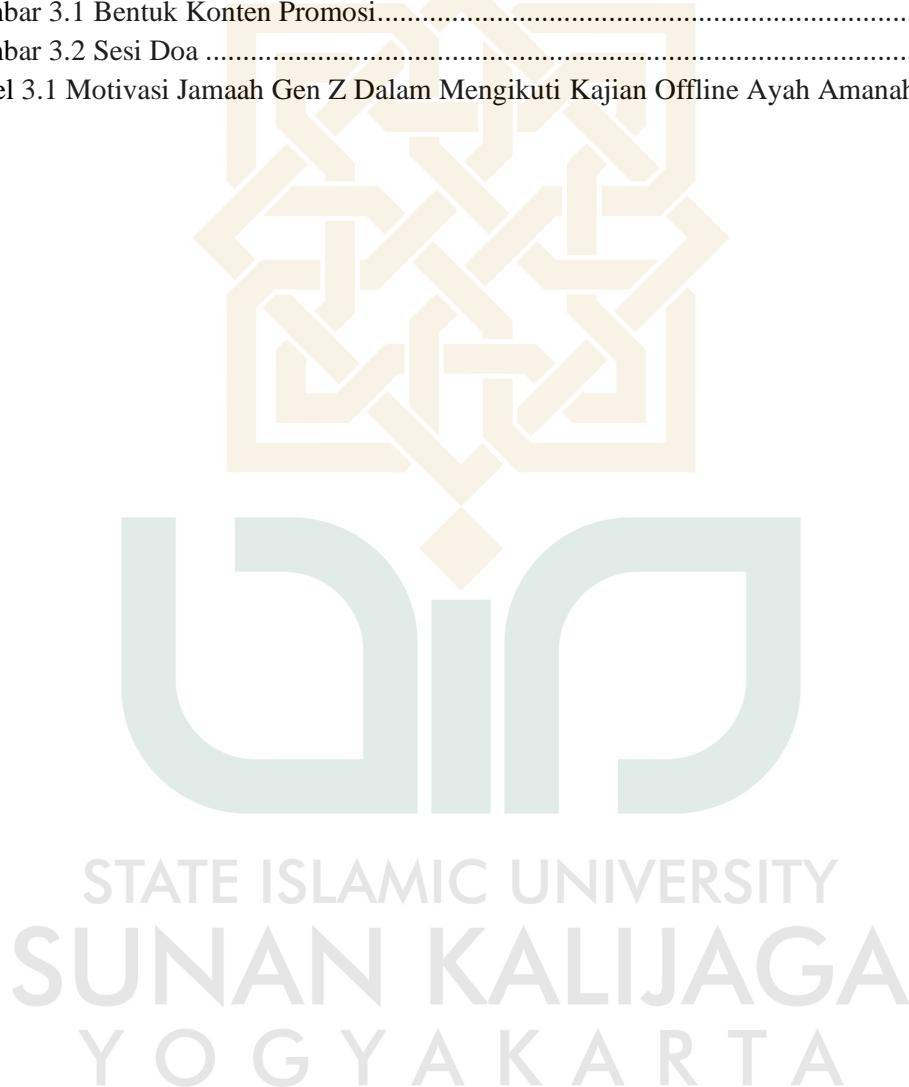
PENELITIAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Kerangka Teori.....	13
F. Metode Penelitian.....	27
G. Sumber Data Penelitian.....	30
H. Sistematika Penulisan.....	35
BAB II GAMBARAN UMUM.....	37
A. Jamaah Gen Z.....	37
B. Profil Gen Z Regional Yogyakarta	38
C. Profil Ayah Amanah <i>Event Organizer</i>	41
D. Kajian <i>Offline</i> Ayah Amanah.....	43
BAB III.....	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
BAB IV PENUTUP	73

A. Kesimpulan	73
B. Saran Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah:	74
DAFTAR PUSTAKA	76
HASIL TURNITIN	80
LAMPIRAN	81



DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1.1 Akun Instagram Ayah Amanah	2
Gambar 1.2 Piramida Hierarki Maslow.....	14
Gambar 2.1 Konten Reels Kajian Ayah Amanah.....	42
Gambar 3.1 Bentuk Konten Promosi.....	46
Gambar 3.2 Sesi Doa	55
Tabel 3.1 Motivasi Jamaah Gen Z Dalam Mengikuti Kajian Offline Ayah Amanah	62



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kajian dakwah melalui cuplikan video di media sosial saat ini lebih banyak diminati dibandingkan kajian secara *offline*, terutama di kalangan jamaah Gen Z. Gen Z merupakan perpindahan generasi dari generasi Y pada saat teknologi sedang berkembang pesat. Pola pikir Gen Z cenderung serba instan, sudah mengenal dan berpengalaman dengan kecanggihan teknologi sejak usia mereka yang masih dini¹. Gen Z menunjukkan minat yang tinggi terhadap kajian *online* melalui media sosial, yang tercermin dalam pola konsumsi mereka. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Florentina dkk mayoritas Gen Z lebih memilih media digital, terutama media sosial, sebagai sumber utama informasi. Sebuah studi menunjukkan bahwa 71,2% dari mereka selalu mengakses media sosial untuk mendapatkan informasi, dengan *platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi pilihan utama². Data tersebut menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa Gen Z adalah generasi *digital natives* karena generasi mereka tumbuh di lingkungan yang didominasi oleh teknologi digital, terutama media sosial.

¹ Weny Maulida Nabila et al., “Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z Dan Milenial (Generasi Muda),” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023), hlm.09–21.

² Florentina Krisan et al., “Pola Komunikasi Informasi Melalui Media di Kalangan Generasi Z,” n.d, hlm 4.

Selain itu, survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa 51,9% Gen Z memiliki preferensi terhadap Instagram dan cenderung menggunakan *platform* Instagram untuk mengakses konten positif, termasuk dakwah dan pengembangan diri³. Mereka lebih suka dengan konten singkat dan mudah dipahami, sehingga membuat media sosial menjadi saluran yang efektif untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan, terutama dalam berdakwah. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z tidak harus mencari hiburan saja, tetapi juga informasi yang bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan hidup mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keterkaitan Gen Z terhadap kajian *online* di media sosial sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses dan relevansi konten yang ditawarkan oleh *platform* tersebut.

Gamabar 1.1 Akun Instagram Ayah Amanah



(Sumber: https://www.instagram.com/ayah_amanah)

³ Muhammad Irfan Dhiaulhaq, “*Gen Z Berdakwah: Mengubah Media Sosial Jadi Wadah Positif*,” November 8, 2024, 2024, <https://alrasikh.uii.ac.id/2024/11/08/gen-z-berdakwah-mengubah-media-sosial-jadi-wadah-positif/>.

Berdasarkan data gambar tersebut, pengikut sebanyak 1,7 juta menunjukkan bahwasannya di kalangan masyarakat adanya daya tarik yang signifikan khususnya bagi Gen Z. Jumlah pengikut ini bukan hanya sekadar angka, melainkan representasi nyata dari keberhasilan branding mereka sebagai *Event Organizer* yang fokus pada dakwah dan kajian islam. Akun ini pun menyediakan konten yang menarik dan relevan serta metode penyampaian yang efektif dapat membangun kepercayaan dan memotivasi pengikut untuk terlibat dalam kajian dakwah *offline*.

Adanya tantangan dakwah tersebut, fenomena peningkatan ketertarikan Gen Z terhadap kajian *online* di media sosial dimanfaatkan oleh *Event Organizer* (EO) Ayah Amanah untuk mengajak seluruh kalangan, terutama Gen Z dengan menghadiri kajian secara *offline* melalui Instagram @ayah_amanah. Ayah Amanah merupakan *Event Organizer* (EO) dakwah yang membekali dan memperdalam para jamaah nya mengenai hal-hal spiritual dan pemahaman islam. Pengemasan kajian Ayah Amanah yang berkolaborasi bersama Ustadz Hanan Attaki dengan mengangkat tema-tema yang viral di kalangan Gen Z. Pelaksanaan dakwahnya tidak dilakukan di masjid atau tempat ibadah lainnya, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan di sebuah gedung pertemuan atau *ballroom* hotel di setiap kota yang dikunjungi. Acara kajian ini dimaksudkan untuk menarik para jamaah yang belum menganggap dirinya pantas memasuki masjid (rumah Allah) agar dapat hadir di acara kajian ini. Seperti acara yang diadakan di kota Yogyakarta, tepatnya di

ballroom The Alana hotel pada tanggal 28 Juli 2024 dan *ballroom* hotel Tentrem pada 08 Maret 2025 yang di selenggarakan di Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kajian *offline* yang diselenggarakan oleh Ayah Amanah ini menarik untuk dibahas oleh peneliti mengenai motivasi Gen Z untuk mengikuti kajian secara *offline* yang mana kajian tersebut diadakan di *ballroom* hotel dan berbayar. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui apa yang memotivasi jamaah Gen Z untuk menghadiri kajian Ayah Amanah secara *offline* dan berbayar dengan judul penelitian *“Motivasi Jamaah Gen Z Dalam Mengikuti Kajian Offline Ayah Amanah (Studi Kasus akun Instagram @ayah_amanah Gen Z Regional Yogyakarta)”*.

Penelitian ini berfokus pada motivasi yang melatarbelakangi jamaah Gen Z karena Gen Z merupakan generasi yang akan memegang peranan besar dalam perkembangan sosial dan keagamaan di masa depan. Memahami motivasi mereka dalam mengikuti kajian dapat membantu para dai, pendidik, dan penggiat dakwah untuk merancang metode yang lebih relevan dan juga efektif. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mejembatani kesenjangan antara metode dakwah tradisional dengan kebutuhan Gen Z yang hidup di tengah derasnya arus informasi digital dan tantangan zaman modern.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan diatas, peneliti merumuskan masalah yang akan diulas dalam penelitian, yaitu bagaimana motivasi jamaah Gen Z dalam mengikuti kajian *offline* melalui Instagram @ayah_amanah di Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi jamaah Gen Z dalam mengikuti kajian *offline* melalui Instagram @ayah_amanah di Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan keilmuan dan pengetahuan baru, khususnya mengenai latar belakang jamaah Gen Z dalam mengikuti kajian *offline*.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para pendakwah untuk bisa lebih mengenal calon jamaah.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka yang dilakukan terdiri dari empat jurnal yang berbeda yang dianggap paling relevan dengan topik penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun kajian pustaka yang telah dikaji oleh peneliti sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ismiati, Sofiatin & Luluk Fikri Zuhriyah dengan judul penelitian “Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui Media Sosial Instagram @ayah_amanah” jurnal Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah, Volume 24, Nomor 1, 2024, 21-24. Penelitian ini mengkaji mengenai desain dakwah milenial Ustadz Hanan Attaki dalam sebuah akun media sosial Instagram yang bernama @ayah_amanah, dengan tujuan untuk mengetahui strategi dakwah, metode, target mad’u serta pesan yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang telah dilakukan menggambarkan bahwa Ustadz Hanan Attaki dalam media sosial Instagram @ayah_amanah melakukan dakwah secara langsung dari kota ke kota yang kemudian didokumentasikan dan diunggah melalui akun Instagram @ayah_amanah. Strategi dakwah yang digunakan Ustadz Hanan Attaki adalah dakwah persuasif dan sentimental, yang mana dakwah dilakukan dengan cara memikat hati mad’u, dibuktikan dengan pesan-pesan dan tema kajian yang dipilih dalam kajian ringan, mudah dipahami, menggunakan

bahasa milenial, dengan target generasi milenial⁴. Adapun perbedaan dari penelitian yang akan peneliti lakukan adalah subjek yang akan diteliti yakni Gen Z yang pernah mengikuti kajian Ustadz Hanan Attaki secara *offline* di Yogyakarta serta fokus penelitian yang akan dilakukan lebih kepada motivasi jamaah Gen Z mengikuti kajian *offline*. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai kajian Ustadz Hanan Attaki dalam akun @ayah_amanah dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian yang akan diteliti terinspirasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Ismiati dkk, sehingga penelitian yang akan dilakukan merupakan pelengkap dan melanjutkan yang belum ada dari penelitian sebelumnya.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Noor Hayati, dengan judul penelitian “Motivasi Jamaah Dalam Mengikuti Pengajian di Majelis Taklim Al-Madani Desa Palingkau Lama Kecamatan Kapuas Murung Kabupaten Kapuas”, Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin, 2022. Penelitian ini berawal dari fenomena bahwa majelis taklim merupakan lembaga nonformal yang tumbuh dan berkembang di tengah masyarakat. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik jamaah dalam mengikuti kajian di Majelis Taklim Al-Madani Palingkau Lama Kecamatan Kapuas Murung Kabupaten Kapuas.

⁴ Ismiati Ismiati, Sofiatin Sofiatin, and Luluk Fikri Zuhriyah, “Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @ayah_amanah,” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 24, no. 1 (2024), hlm. 21–42.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi intrinsik jamaah mengikuti pengajian di Majelis Taklim Al-Madani, mencakup keinginan menambah dan memperdalam ilmu agama, mendapatkan ketenangan batin, menjalin silaturahmi, beribadah dan mendekatkan diri kepada Allah Swt., serta dapat memenuhi kebutuhan hidup. Sedangkan motivasi ekstrinsik jamaah dalam mengikuti pengajian ini, meliputi motivasi karena ajakan orang lain dan motivasi karena persepsi terhadap Ustadz⁵. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari objek yang akan diteliti yakni motivasi jamaah dalam mengikuti kajian Ayah Amanah. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai motivasi jamaah dalam menghadiri sebuah kajian.

Ketiga, penelitian yang telah dilakukan oleh Tia Listiani, dkk mengenai “Hubungan Persepsi Terhadap Ustadz dengan Motivasi Mengikuti Kajian di Majelis Ta’lim Nurul Iman Blok M *Square* Jakarta Selatan” JCA Psikologi, Volume 2 Nomor 2 April – Juni 2021. Penelitian ini melihat bahwa jamaah kajian yang mengikuti kegiatan memiliki motivasi yang berbeda-beda. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap ustaz dengan motivasi mengikuti kajian. Metode yang digunakan yakni metode yang bersifat

⁵ Noor Hayati, “*Di Majelis Taklim Al-Madani Desa Palingkau*,” Skripsi (Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2023), hlm. 1–74.

kuantitatif korelasional dengan teknik *nonprobability sampling* yang melibatkan 100 responden. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hubungan positif signifikan antara persepsi terhadap ustaz dengan motivasi mengikuti kajian di Majelis Ta'Lim Nurul Iman Blok M Square. Kontribusi persepsi jamaah terhadap ustaz sebesar 23,9% yang mempengaruhi motivasi mengikuti kajian. Persepsi jamaah terhadap ustaz pemateri lebih banyak yang positif (51%) dan motivasi jamaah dalam mengikuti kajian lebih banyak yang tinggi (54%). Terdapat temuan lainnya pada penelitian ini, yaitu jamaah yang memiliki motivasi tinggi mengikuti kajian adalah pertimbangan materi kajian dan ustaz pemateri, serta jamaah yang dengan kemauan sendiri dan dorongan pasangan juga menjadi yang paling memotivasi kehadiran jamaah⁶. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni metode yang digunakan metode kuantitatif. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai motivasi jamaah mengikuti kajian.

Keempat, penelitian yang telah dilakukan oleh Reni Kusumawati, dkk mengenai “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islam Gen Z” jurnal Ilmiah Research Student, vol. 1, No 2 November 2023. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan fenomenologis. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik

⁶ Tia Listiani, Sulis Mariyanti, and M Safitri, “Hubungan Persepsi Terhadap Ustadz Dengan Motivasi Mengikuti Kajian Di Majelis Ta'Lim Nurul Iman Blok M Square Jakarta Selatan,” *JCA of Psychology* 2, no. 02 (2021), hlm. 141–50.

analisis interaktif. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa melalui dakwah di media sosial dengan penyampaian dakwah secara ringan, dapat mengubah pemikiran dan gaya hidup kalangan muda agar selalu dekat dengan Allah swt. selain itu, program kajian masa kini dikemas dengan bahasa dan topik yang sesuai dengan realitas remaja hingga sudah tidak identik dengan kata “pengajian ibu-ibu”. Saat ini kajian islam berkembang menarik pendengar di kalangan generasi milenial dan generasi Z dan mengkonstruksi masyarakat sehingga meningkatkan pemikiran islam di zaman ini⁷. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari objek penelitian, teori penelitian serta analisis data yang digunakan. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai fenomena kajian di kalangan Gen Z.

Kelima, penelitian yang telah dilakukan oleh Erwan Effendy, Gita Ramadhani, dan Tria Tanti dengan judul penelitian “Efektivitas Dakwah dalam Media Digital untuk Gen Z”, jurnal Dawatuna: *Journal of Communication and Islamic Broadcasting* volume 4 nomor 2 (2024). Penelitian ini mengkaji mengenai dakwah saat ini yang dilakukan melalui media digital. Penelitian ini bertujuan untuk ini menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa konten dakwah yang disesuaikan dengan gaya hidup dan kebutuhan generasi Z, disajikan dengan bahasa yang akrab dan menarik, cenderung lebih efektif.

⁷ Reni Kusumawati et al., “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z,” *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 2 (2023), hlm. 322–323.

Interaksi dan keterlibatan langsung dengan audiens di media sosial dan *platform* digital lainnya memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah. Akan tetapi tantangan dalam mempertahankan perhatian generasi Z di media sosial membutuhkan kreativitas dakwah dan dapat memanfaatkan fitur yang ada, agar menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas dakwah⁸. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah objek penelitiannya yakni motivasi jamaah Gen Z untuk mengikuti kajian *offline* Ayah Amanah. Persamaan dari penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai generasi Z dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Keenam, penelitian yang telah dilakukan oleh Muhamad Parhan, Perihatini Riezky dan Sarah Alifa dengan judul penelitian “Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki di Era Konvergensi Media (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram [@hanan_attaki](#))”. Jurnal Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah, Volume 10 Nomor 02 2020. Penelitian ini berawal dari fenomena dakwah di era sebag digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana metode baru yang dilakukan oleh ustaz Hanan Attaki dalam siaran Islam di era konvergensi media. Metode yang digunakan yakni kombinasi antara metode penelitian kualitatif dengan cara menyebarluaskan kuesioner dengan google form dan menggunakan analisis kualitatif. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa gaya dakwah ustaz Hanan

⁸ Erwan Efendi, Gita Ramadhani, and Tria Tanti, “Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z,” *Da’watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 2 (2023), hlm. 880–887.

Attaki menggunakan bahasa sederhana dan mudah diterima di kalangan muda, dengan menggunakan metode *Al-Hikmah*, *Al-Mauidzatil Khasanah*, dan *Wa-Jadilhum Bi Al-Lati Hiya Ahsan*. Ustadz Hanan Attaki pun intens untuk mengupload konten dakwah di media sosial pribadinya⁹. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah subjek penelitiannya yakni jamaah Gen Z dan tidak menggunakan google form/kuesioner dalam pengumpulan data. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang dakwah Ustadz Hanan Attaki tetapi dengan media yang berbeda.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan studi sebelumnya karena fokusnya bukan hanya pada cara dakwah digital, desain program, atau efektivitas media sosial yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki, melainkan pada motivasi Gen Z yang tinggal di kota besar untuk mengikuti kajian secara langsung (*offline*) yang berbayar dan dikemas dengan konsep modern dan komunitas. Studi-studi sebelumnya lebih banyak membahas motivasi jamaah di majelis taklim tradisional yang berbeda dari karakter dan lingkungan Gen Z yang lebih dekat dengan teknologi dan media sosial. Selain itu, penelitian ini menggunakan teori motivasi Maslow dan teori Uses & Gratification untuk melihat bagaimana media sosial, khususnya Instagram, memengaruhi motivasi Gen Z untuk hadir secara fisik di kajian tersebut. Hal ini berbeda dengan penelitian yang hanya melihat konsumsi

⁹ Muhamad Parhan, Prihatini Riezky, and Sarah Alifa, “*Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media:(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Hanan_Attaki) Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. February (2020), hlm. 175–196.

konten digital saja. Dengan demikian, penelitian ini unik karena tidak hanya fokus pada pengalaman di media sosial, tetapi juga alasan mendalam mengapa Gen Z mau datang langsung ke acara kajian dakwah yang dikemas secara profesional oleh *Event Organizer* Ayah Amanah.

E. Kerangka Teori

1. Motivasi

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, motivasi merupakan dorongan yang timbul dari diri seseorang secara sadar atau tidak untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu¹⁰. Secara alami, setiap individu selalu dikelilingi dengan berbagai kebutuhan, namun sebagian besar kebutuhan tersebut tidak cukup kuat untuk mendorong seseorang dalam bertindak apa waktu tertentu. Kebutuhan hanya menjadi dorongan yang signifikan ketika individu tersebut sudah mencapai tingkat intensitas yang memadai. Pemenuhan kebutuhan selalu didasarkan pada motif untuk bisa mencapainya. Dengan kata lain, motivasi adalah sebuah keadaan dalam diri individu yang membuat dirinya melakukan sesuatu ke arah tujuan yang harus dipenuhi. Terdapat tiga aspek dalam motivasi yaitu¹¹:

¹⁰ Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2001.

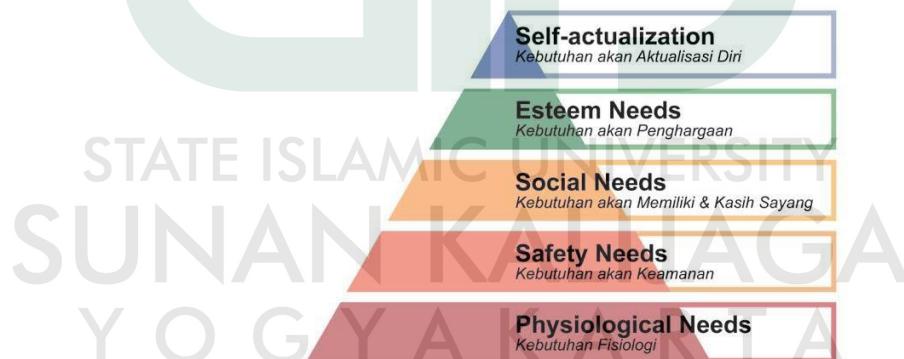
¹¹ Muh Hizbul Muflihin, *Motivasi Kinerja*, 2024, hlm. 3.

1. Keadaan terdorong dalam diri,
2. Perilaku yang timbul dan terarah karena keadaan,
3. Tujuan yang dituju oleh perilaku.

Pada umumnya individu memang memiliki caranya sendiri dalam memenuhi kebutuhannya sendiri, salah satunya dengan memilih menggunakan media. Dalam hal ini individu mampu menyeleksi media yang sesuai dengan kebutuhan dan motivasi diri. Apabila individu termotivasi, mereka akan membuat pilihan yang positif untuk melakukan sesuatu karena dapat memuaskan keinginan mereka¹². Seperti halnya keinginan mereka untuk mengikuti kajian *offline* Ayah Amanah.

2. Teori Motivasi Abraham Maslow

Gambar 1.2 Piramida Hierarki Maslow



(Sumber: <https://images.app.goo.gl/pcHdnJ6eZGzHJCSW9>)

¹² Engel, "Pengertian Motivasi Motivasi," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2014, hlm. 8–22.

Teori motivasi Abraham Maslow atau teori hierarki kebutuhan Maslow memberikan penjelasan lengkap mengenai semua perilaku manusia, ia lebih banyak berfungsi sebagai pedoman umum bagi manajer untuk memahami bagaimana orang berperilaku¹³. Teori Hierarki Maslow umumnya, digambarkan dalam bentuk piramida yang mana pertama-tama seseorang berusaha memenuhi kebutuhan yang paling penting (*Physiological Needs*), dan kemudian berperilaku sesuai dengan kebutuhan yang paling tinggi (*Self Actualization*). Setelah kebutuhan pada tingkatan yang paling rendah terpenuhi, maka manusia dapat beralih ke tingkat kebutuhan selanjutnya¹⁴. Teori motivasi yang dikemukakan oleh Abraham Maslow, seperti yang dijelaskan oleh Robbin and Judge, terdiri dari lima tingkatan kebutuhan dasar manusia, diantaranya sebagai berikut¹⁵:

1) Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)

Kebutuhan fisiologis disini dapat diartikan sebagai kebutuhan yang mencakup rasa lapar, haus, berlindung, seksual dan kebutuhan fisik lainnya. Kebutuhan ini harus dipenuhi terlebih dahulu oleh individu guna keberlangsungan hidup individu. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka

¹³ Siti Muazaroh and Subaidi, “Dalam Pemikiran Abraham Maslow,” *Al-Mahazib* 7, no. 1 (2019), hlm. 17–33.

¹⁴ Program Pendidikan et al., “Kelas F Semester Gasal Program Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan” n.d. hlm.19.

¹⁵ Stefano Calicchio, *Calicchio, Stefano. Abraham Maslow, Dari Hierarki Kebutuhan Hingga Pemenuhan Diri: Sebuah Perjalanan Dalam Psikologi Humanistik Melalui Hierarki Kebutuhan, Motivasi, Dan Pencapaian Potensi Manusia Sepenuhnya. Stefano Calicchio*, 2023.

kebutuhan lainnya menjadi tidak relevan. Salah satu contohnya yakni seseorang yang lapar ia akan mengutamakan untuk mencari bahan makanan, memasak, ataupun sekadar makan di rumah makan murah. Fokus utamanya adalah mencari makanan, mengalahkan rasa lapar yang menyiksa, dan bukan memikirkan pekerjaan atau hubungan sosial yang kompleks.

2) Kebutuhan keamanan dan keselamatan (*Safety Needs*)

Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi, individu mencari rasa aman dari bahaya fisik dan emosional. Kebutuhan ini termasuk perlindungan terhadap keamanan dan stabilitas dalam hidup individu. Kebutuhan ini meliputi keamanan fisik, emosional, finansial, kesehatan, dan kontrol atas kehidupan seseorang. Contohnya, pekerjaan yang stabil, keamanan fisik, pendidikan, dan pelatihan kejuruan adalah cara yang digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan akan keamanan.

3) Kebutuhan Sosial (*Affiliation or Acceptance Needs*)

Kebutuhan sosial berkaitan dengan hubungan sosial, misalnya seperti kasih sayang, kepemilikan, penerimaan dan persahabatan. Individu berusaha untuk menjalin hubungan kepada orang lain dan merasa diterima dalam kelompok.

4) Kebutuhan Penghargaan (*Esteem Needs*)

Kebutuhan ini mencakup mengenai penghargaan internal seperti rasa hormat diri dan pencapaian, serta penghargaan eksternal seperti pengakuan, status, dan perhatian dari orang lain. Kebutuhan ini berperan penting untuk memotivasi perilaku setiap orang. Apabila seseorang telah mendapatkan penghargaan dari dirinya ataupun orang lain, maka ia akan memiliki rasa yakin dengan kemampuan yang dimilikinya.

5) Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Needs for Self-Actualization*)

Kebutuhan aktualisasi diri merupakan tingkatan tertinggi dalam kebutuhan manusia, dimana individu terdorong untuk mencapai potensi penuh mereka. Kebutuhan ini melibatkan pertumbuhan pribadi, pencapaian tujuan hidup dan pemenuhan diri. Contohnya, seorang musisi akan mampu mengekspresikan dirinya melalui sebuah lagu atau instrumen musik.

Dalam konteks motivasi, teori ini menjelaskan bahwa meski tidak semua kebutuhan sepenuhnya terpenuhi, namun jika sudah cukup banyak terpenuhi maka kebutuhannya tidak lagi menjadi penyebab motivasi. Oleh karena itu, agar dapat memotivasi seseorang, seorang pemimpin harus memahami posisi hierarkinya saat ini. Dalam konteks penelitian ini, peneliti ingin mengetahui kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh jamaah Gen Z sehingga mereka mengikuti kajian *offline* Ayah Amanah.

3. Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* memiliki makna mengenai bagaimana individu yang merasa puas dengan penggunaan media terutama pada media massa. Teori *uses and gratification* tidak hanya digunakan untuk media massa saja, namun digunakan juga untuk kepuasan dan penggunaan dalam media sosial berdasarkan dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan, salah satunya oleh Hans Karunia, Nauvaliana Ashri dan Dr Irwansyah yang berjudul “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori *Uses and Gratification*”¹⁶. Teori *uses and gratification* ditemukan oleh Herbert Blumber, Michael Gurevitch, dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori ini mengatakan bahwa penggunaan media memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha mencari media yang paling sesuai untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna memiliki pilihan alternatif dalam memuaskan kebutuhannya¹⁷.

Teori *uses and gratification* memaparkan sebuah kepuasan dengan istilah *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). *Gratification Sought* (GS) adalah kepuasan yang diinginkan oleh khalayak setelah mereka

¹⁶ Hans Karunia H, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah, “Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori *Uses and Gratification*,” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021), hlm. 92–104.

¹⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, vol. 8, 2009. (Jakarta: PT RajaGrafindo Perdasa), hlm. 191-192.

menggunakan media. Adapun sumbernya berasal dari motif yang mendorong seseorang menggunakan media. Sedangkan, *Gratification Obtained* (GO) merupakan kepuasan nyata yang diperoleh dari anggota khalayak setelah menggunakan media tertentu¹⁸. Pada konsep *Gratification Sought* (GS) khalayak merasa penasaran pada konten yang ada di akun Instagram tersebut. Harapan kepuasan yang dirasakan adalah bersifat umum yakni tidak terlihat dari bentuk atau akun Instagramnya. Sedangkan konsep *Gratification Obtained* (GO) kebalikannya, yakni kepuasan yang diperoleh oleh khalayak setelah mengakses akun Instagram tersebut. Kepuasan dari khalayak akan sangat terlihat pada konsep *Gratification Obtained* (GO).

4. Tinjauan Tentang Generasi Z

Generasi Z atau yang kerap kita sebut sebagai Gen Z, mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka tumbuh dalam era digital di mana teknologi, internet, dan media sosial menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Generasi Z tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi Gen Z juga merasa nyaman dengan adanya teknologi, terutama pada media sosial. Generasi Z cenderung sangat mengerti mengenai teknologi dan media sosial.

¹⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2007) .

Mereka terbiasa dengan berbagai *platform* digital, mulai dari media sosial Instagram, WhatsApp, Facebook, X, hingga *platform* video seperti YouTube¹⁹.

Generasi Z tumbuh dengan kemajuan teknologi yang pesat. Internet dan media sosial telah membentuk cara mereka berinteraksi, belajar, dan memahami dunia sekitar mereka. Berikut ini adalah beberapa karakteristik utama generasi Z²⁰:

1. Digital Natives

Gen Z dikenal sebagai “digital natives” karena mereka tumbuh dengan akses yang luas terhadap perkembangan teknologi. Gen Z sangat mahir dalam menggunakan smartphone, *tablet* dan perangkat lainnya, serta terbiasa dengan berbagai *platform* dan aplikasi media sosial untuk berkomunikasi dan mencari informasi.

2. Sadar Sosial dan Lingkungan

Gen Z cenderung lebih aktif dalam memperjuangkan hak asasi manusia, kesehatan gender, dan keberlanjutan lingkungan. Gen Z tidak hanya mengetahui isu-isu yang ada, akan tetapi mereka juga ikut serta dalam menciptakan perubahan.

¹⁹ Efendi, Ramadhani, and Tanti, “Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z,” *Da’watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, vol.4:2 (2024), hlm. 884.

²⁰ Sekolah Pelita Harapan (SPH), “8 Karakteristik Anak Generasi Z,” n.d., <https://sph.edu.id/blog-id/karakteristik-anak-generasi-z/>.

3. Pragmatis dan Realistik

Gen Z lebih fokus pada hasil nyata dan dampak praktis daripada konsep yang abstrak. Banyak dari Gen Z yang memilih jalur pendidikan atau karier yang menjanjikan keamanan finansial dan stabilitas mereka.

4. Kreativitas dan Ekspresi Diri

Gen Z cenderung kreatif dalam mengekspresikan diri, baik melalui seni, mode, maupun kontrol digital. Mereka seringkali menggunakan media sosial untuk berbagi pandangan, ide, dan karya kreatif mereka.

5. Keberagaman dan Inklusi

Gen Z sangat menghargai keberagaman dan inklusi, karena mereka juga tumbuh di tengah pengalaman masyarakat yang multikultural. Mereka dapat menerima orang-orang yang berbeda latar belakang, budaya, agama, dan orientasi tanpa prasangka.

6. Multitasking

Kemampuan multitasking juga merupakan salah satu ciri khas dari Gen Z, karena mereka terbiasa melakukan beberapa aktivitas sekaligus, seperti belajar sambil mendengarkan music atau menonton sambil mengerjakan tugas.

Generasi Z memiliki karakteristik yang sangat erat dengan teknologi digital dan media social, termasuk Instagram. Gen Z lebih banyak aktif, kreatif, dan juga terbiasa mendapatkan informasi secara singkat dan visual. Hal ini menjadi peluang

besar bagi para pendakwah untuk bisa memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan dakwah yang relevan dengan minat dan gaya komunikasi Gen Z yang lebih menyukai konten visual yang menarik, interaktif, serta menggunakan gaya bahasa ringan.

5. Tinjauan Kajian Islam

Kajian Islam adalah upaya sistematis untuk mempelajari, memahami, serta menganalisis berbagai ilmu ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Secara etimologis, kajian Islam berkaitan erat dengan konsep pembelajaran dan pendidikan yang mendalam²¹. Kajian ini bertujuan memperluas pemahaman tentang ajaran agama, memperkuat keyakinan, hingga dapat memberikan solusi mengenai berbagai permasalahan sosial dan kehidupan melalui perspektif agama²².

Perkembangan dakwah saat ini memperlihatkan bahwa adanya kajian dapat dilaksanakan melalui dua metode dakwah baik *offline* maupun *online*.

a. Media *Offline*

Media dakwah offline atau media dakwah secara tradisional telah menjadi pondasi penyebaran Islam semenjak zaman Rasulullah SAW dan berkembang di Indonesia melalui berbagai bentuk kajian.

²¹ Sholeh Sholeh, “*Pendidikan Dalam Al-Qur'an (Konsep Ta'lim QS. Al-Mujadalah Ayat 11)*,” *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah* 1, no. 2 (2017), hlm. 206–207.

²² Sri Haryanto, “*Pendekatan Historis Dalam Studi Islam*,” *Manarul Qur'an: Jurnal Ilmiah Studi Islam* 17, no. 1 (2017), hlm. 127–35.

Dakwah secara *offline* mencakup ceramah secara langsung, pengajian di masjid, majelis taklim, dan penggunaan kesenian budaya lokal seperti yang dilakukan oleh Walisongo. Media *offline* memiliki beberapa kelebihan, diantaranya²³:

- a) Interaksi langsung yang terjadi antara penceramah dan jamaah.
- b) Pengalaman spiritual yang lebih mendalam melalui kehadiran fisik.
- c) Pembentukan komunitas yang kuat.
- d) Tradisi dan keaslian metode dakwah yang efektif.

b. Media *Online*

Perkembangan digital telah membawa perubahan dalam metode dakwah Islam secara offline, namun perubahan ini tidak mengurangi penyebaran ajaran Islam, melainkan saling melengkapi dengan metode dakwah yang baru melalui media, sehingga ajaran Islam dapat disampaikan lebih luas dan efektif. Media digital seperti Instagram, YouTube, Tiktok, X, Podcast, Whatsapp, Facebook dan

²³ Ramlil and Musafir Pababari, "Dakwah Komunitas Dan Konvensional," *Journal of Mandalika Literature* 6, no. 1 (2024), hlm. 133–139.

berbagai aplikasi dakwah telah menjadi sarana penyebaran ajaran Islam. Media *online* memiliki beberapa kelebihan, diantaranya²⁴:

- a) Jangkauan lebih luas.
- b) Aksesibilitas yang fleksibel.
- c) Konten multimedia yang menarik.
- d) Biaya efektif dalam produksi dan distribusi.
- e) Personalisasi konten sesuai kebutuhan pengguna.

Adanya hubungan media *offline* dan *online* menjadi kunci sukses dakwah Islam, memungkinkan penjangkauan dengan tetap mempertahankan kualitas pesan dakwah. Pendekatan terbaik dengan mengintegrasikan antara kedua media ini dengan memaksimalkan kelebihan masing-masing media. Hal ini membuat pesan dakwah dapat tersebar secara luas. Perkembangan teknologi akan terus membuka peluang baru dalam metode dakwah dan kajian Islam, namun prinsip dasar Islam tetap menjadi landasan utama dalam inovasi yang dilakukan²⁵.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²⁴ Alim Puspianto, “Kelebihan Dan Kelemahan Media Dakwah Di Era Globalisasi,” *An-Nida’ : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 12, no. 1 (2023), hlm. 57–82.

²⁵ Erham Budi Wiranto and Sri Suwartini, “Dakwah Dan Objektifitas Keilmuan: Manfaat Religious Studies Dan Islamic Studies Dalam Dakwah Islam,” *Jurnal Dakwah* 19, no. 2 (2018): 149–168.

6. Tinjauan Instagram @ayah_amanah

Instagram merupakan media *online* yang dapat digunakan untuk membagikan foto, video, dan melakukan interaksi secara visual dan audio kepada semua penggunanya. Dalam konteks dakwah, hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan keislaman secara digital. Akun Instagram @ayah_amanah menjadi salah satu pilihan yang digunakan oleh *Event Organizer* Ayah Amanah untuk berdakwah, begitupun bagi jamaah kajian *offline* Ayah Amanah untuk mengakses informasi mengenai kajian. Adapun fitur yang dapat digunakan di Instagram, diantaranya *feed*, *stories*, *reels*, *caption*, *live streaming* dan lain sebagainya²⁶. Pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @ayah_amanah bisa berupa motivasi spiritual, keagamaan, ajakan untuk berbuat baik, serta konten yang bertujuan untuk memperkuat akidah dan akhlak. Dengan demikian, akun ini menjadi jembatan komunikasi antara penyelenggara kajian dan jamaah.

Keunggulan akun Instagram @ayah_amanah terletak pada kemampuannya mengintegrasikan kegiatan dakwah online dengan kajian *offline*, sehingga pesan dakwah tidak hanya sampai lewat layar, tetapi juga mendorong partisipasi langsung dalam acara kajian. Pendekatan ini sangat efektif untuk menarik minat generasi Z, yang cenderung menggemari interaksi visual dan

²⁶ Muzayyanah Yuliasih, “*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Millenial*,” *Jurnal Da’wah: Risalah Merintis, Da’wah Melanjutkan* 4, no. 2 (2022), hlm. 65–76.

digital yang segar dan interaktif. Melalui Instagram, Ayah Amanah mampu menghadirkan suasana dakwah yang relevan dengan tren komunikasi generasi muda, seperti menggunakan konten video pendek (reels) yang ringkas dan menarik, stories yang interaktif, serta live streaming untuk sesi tanya jawab dan sharing time secara real time. Hal ini turut menjaga kualitas pesan dakwah agar tetap mengena secara spiritual dan edukatif sambil memanfaatkan teknologi sebagai media penyebaran yang luas²⁷.

Selain konten dakwah murni, @ayah_amanah juga aktif menggunakan influencer dan tokoh muda sebagai bagian dari strategi dakwah digital untuk memperluas jangkauan dan menarik tingkat keterlibatan audiens. Kolaborasi dengan ustaz-ustaz muda dan figur publik yang relevan mampu menarik perhatian yang lebih besar, meningkatkan interaksi serta penyebaran pesan dakwah melalui jaringan pengikut mereka. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana keaktifan dalam memanfaatkan media sosial secara kreatif memudahkan pesan-pesan keislaman tersampaikan sesuai kebutuhan dan karakteristik audiens masa kini. Dengan pengelolaan konten yang terstruktur dan konsisten, Instagram @ayah_amanah menjadi salah satu contoh media dakwah digital yang sukses memadukan nilai-nilai Islam dan dinamika budaya digital generasi Z.

²⁷ *Ibid. hlm. 76.*

Secara keseluruhan, keberadaan akun Instagram @ayah_amanah memperlihatkan bagaimana dakwah dapat terus berinovasi mengikuti perkembangan teknologi dan tren komunikasi tanpa mengurangi esensi spiritual. Dengan fitur-fitur lengkap Instagram yang dimanfaatkan secara optimal, serta pendekatan kolaboratif dengan berbagai influencer dan tokoh muda, akun ini menjembatani dakwah digital dan konvensional secara harmonis. Hasilnya adalah kesempatan lebih luas bagi generasi muda untuk mengenal, merasapi, dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari melalui platform yang mereka gunakan sehari-hari.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan data yang berupa informasi kenyataan sesuai apa yang terjadi di lapangan²⁸. Data yang dihasilkan dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Berbagai sumber data seperti dari tulisan, observasi, wawancara, serta pengalaman dari individu dapat digunakan sebagai pendukung terbentuknya interpretasi yang mengacu pada berbagai perspektif dan informasi apa adanya dari subjek penelitian. Adapun yang menjadi alasan peneliti menggunakan

²⁸ Andi Prestowo, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Diva Press, 2010).

penelitian kualitatif, karena peneliti ingin mendeskripsikan sesuai data yang didapat melalui informan, menggali pengalaman subjektif dari pandangan informan secara mendalam dan dapat menghasilkan data penelitian yang sesuai fakta yang ada di lapangan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Teknik pengambilan subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengambilan data melalui *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun tujuan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena teknik ini memilih sumber informan berdasarkan karakteristik atau kriteria tertentu sesuai dengan riset, melihat dari seberapa sumber informan tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga akan memudahkan peneliti dalam objek sosial yang dimiliki²⁹. Terdapat dua kriteria dari teknik *purposive sampling* pertama, orang tersebut dianggap paling tahu mengenai apa yang peneliti harapkan untuk menjawab permasalahan penelitian yang ada, atau dia sebagai orang yang memiliki kuasa paling tinggi sehingga akan mempermudah peneliti dalam menjelajah objek atau situasi yang diteliti. Kedua, subjek penelitian hanya bersifat sementara dan hanya dapat berubah sesuai keadaan

²⁹ *Ibid*, hlm 201.

yang ada di lapangan³⁰. Maka dari itu peneliti menetapkan subjek penelitian ini sejumlah 10 jamaah Gen Z dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jamaah Gen Z berusia 18-25 tahun.
2. Sudah mengikuti minimal dua kali kajian *offline* Ayah Amanah di regional Yogyakarta.
3. Pelajar/Mahasiswa di Yogyakarta.
4. Mengikuti akun Instagram @ayah_amanah.
5. Menyetujui untuk diwawancara.

Dari 10 orang yang akan diwawancara diantaranya yakni 5 jamaah Gen Z akhwat dan 5 jamaah ikhwan. Adapun objek pada penelitian ini adalah motivasi Gen Z dalam kajian *offline* yang diselenggarakan oleh Ayah Amanah di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan penelitian ini ingin mengungkapkan bagaimana nilai-nilai agama dapat menumbuhkan motivasi Gen Z menghadiri kajian *offline* yang diselenggarakan oleh Ayah Amanah.

Dalam penelitian ini, proses pemilihan informan dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti melakukan observasi langsung pada kajian yang diselenggarakan oleh Ayah Amanah di Yogyakarta untuk memperoleh gambaran awal mengenai partisipasi jamaah dan suasana kegiatan. Setiap jamaah yang telah melakukan registrasi sebelum kajian dimulai kemudian akan

³⁰ Sugiyono, *Analisis Data Kualitatif. Analisis Data Kualitatif, Analisis Data Kualitatif*, 2016, hlm 120.

diarahkan untuk masuk ke dalam grup WhatsApp resmi yang dikelola oleh panitia kajian. Grup ini berfungsi sebagai media informasi sekaligus wadah komunikasi antara panitia dan peserta. Kehadiran jamaah di grup tersebut memudahkan peneliti untuk melakukan identifikasi calon informan. Selanjutnya, peneliti memilih informan yang sesuai dengan kriteria penelitian, yakni jamaah dari kalangan Gen Z yang aktif mengikuti kajian, terdiri atas 5 akhwat dan 5 ikhwan. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan bahwa informan yang dipilih merupakan peserta yang relevan dan memiliki keterlibatan nyata dalam kajian, sehingga data yang diperoleh lebih kredibel untuk mengungkap motivasi Gen Z dalam menghadiri kajian offline yang diselenggarakan oleh Ayah Amanah.

G. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian terbagi menjadi dua, yakni:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya, biasanya disebut sebagai data asli yang bersifat *up to date*³¹. Data primer dalam penelitian ini didapatkan secara langsung melalui sumber utama dalam hasil observasi dan wawancara. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dihasilkan

³¹ Sandu Siyoto and M. Ali Soduk, *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media Publishing*, 2015.

melalui observasi dan wawancara secara langsung dengan informan yaitu dalam penelitian ini 10 jamaah kajian Ayah Amanah regional Yogyakarta, diantaranya 5 informan dari akhwat dan 5 informan dari ikhwan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dan dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain³². Data sekunder dalam penelitian ini berupa kajian-kajian penelitian terdahulu, artikel ilmiah, jurnal, buku, yang membahas mengenai motivasi, dakwah, dan kajian *offline*, sosial media, serta literatur lainnya yang menjadi referensi terhadap tema penelitian yang diangkat.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengambilan sebuah data, diantaranya sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah teknik untuk mengumpulkan data melalui pengamatan dan pengindraan³³. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung pada kajian Ayah Amanah yang diselenggarakan di

³² *Ibid*, hlm. 68.

³³ Mouwn Erland, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rake Sarasin, 2020, hlm 21.

Yogyakarta untuk mengetahui motivasi apa yang mempengaruhi jamaah Gen Z mengikuti kajian Ayah Amanah secara *offline*.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada informan terkait topik penelitian secara langsung³⁴. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara mendalam. Melalui teknik wawancara mendalam, peneliti dapat mengumpulkan data dengan tujuan untuk membuktikan informasi dari 10 informan jamaah kajian Ayah Amanah yang terpilih dari kriteria yang sudah ditentukan peneliti, sehingga data yang diperoleh objektif dan murni apa adanya dari data yang akurat yakni dari informan yang bersangkutan.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian adalah metode sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola data yang relevan dengan topik penelitian. Teknik dokumentasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan, terorganisir dengan baik, dan mudah diakses selama proses penelitian. Data ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau

³⁴ *Ibid*, hlm 22.

karya-karya³⁵. Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh melalui data lapangan dari jawaban pertanyaan dan foto-foto metode dokumentasi digunakan rangka memberikan gambaran konkret tentang peristiwa dan aktivitas kajian *offline* Ayah Amanah. Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan foto-foto acara kajian secara langsung, *screenshoot* jumlah *followers* dan postingan di akun Instagram @ayah_amanah, serta bukti proses wawancara, dengan tujuan menambah dan memperkuat data yang ada.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis hasil observasi, wawancara, dan hasil lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang permasalahan yang diteliti dan menyajikannya dalam temuan bagi orang lain³⁶. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data dari Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan³⁷. Tujuan peneliti menggunakan teknik analisis data Miles and Huberman ini karena teknik ini merupakan pilihan yang kuat untuk penelitian kualitatif karena kemampuannya

³⁵ Paul ten Have, “*Qualitative Methods in Social Research*,” *Understanding Qualitative Research and Ethnomethodology*, 2011, hlm. 2–13.

³⁶ Nurdewi Nurdewi, “*Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara*,” *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 2 (2022), hlm. 297–303.

³⁷ Eric Dull and Steven P. Reinhardt, “*An Analytic Approach for Discovery*,” *CEUR Workshop Proceedings*, 2014.

dalam menyediakan struktur yang sistematis, fleksibilitas, serta potensi untuk menghasilkan wawasan mendalam dari data yang kompleks. Dalam penelitian ini, masalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian teknik analisis data yang saling menyusul dan melengkapi³⁸. Mengenai teknik analisis ketiga alur tersebut secara lengkapnya adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan penyederhanaan terhadap data yang telah dikumpulkan. Pada proses ini meliputi pemilihan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang didapat dari lapangan. Reduksi data bertujuan untuk menghilangkan informasi yang tidak relevan, sehingga peneliti dapat fokus terhadap data yang benar-benar penting untuk dianalisis.

b. Penyajian Data

Tahapan yang kedua yakni penyajian data dalam bentuk yang lebih terstruktur dan sistematis. Penyajian dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan berbagai format, seperti tabel, grafik, atau narasi deskriptif. Tujuannya yakni untuk mempermudah peneliti dalam memahami informasi dan menarik kesimpulan yang akurat.

³⁸ *Ibid*, hlm 334.

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Tahapan terakhir adalah penarikan kesimpulan/verifikasi data berdasarkan analisis data yang telah disusun secara sistematis. Pada penelitian ini, peneliti melakukan interpretasi terhadap data yang disajikan dan mencoba untuk menemukan pola yang muncul. Kesimpulan yang diambil didukung dengan adanya bukti dari data yang telah dianalisis sebelumnya.

Model analisis interaktif Miles dan Huberman memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis secara terus-menerus selama proses penelitian, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti. Dengan menggunakan pendekatan ini diharapkan hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang kredibel dan relevan terhadap motivasi jamaah Gen Z dalam mengikuti kajian *offline* Ayah Amanah.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dibutuhkan untuk mempermudah pemahaman dan penyusunan skripsi. Berikut ini sistematika dalam penelitian ini, yaitu:

Bab I: Pada bab ini berisi tentang pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum subjek yang diteliti.

Pada penelitian ini subjek yang diteliti adalah jamaah Gen Z kajian *offline* Ayah Amanah.

Bab III: Pada bab ini membahas tentang laporan hasil penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh dari data primer, sekunder, observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian dikomparasikan dan disinkronisasikan antara teori dan realita di lapangan.

Bab IV: Pada bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian yang berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah, serta saran yang membangun.

DAFTAR PUSTAKA: Daftar pustaka yang berisikan sumber rujukan yang digunakan dalam penulisan guna melengkapi data-data dalam proses penelitian.

LAMPIRAN: Bagian yang berisikan data pendukung dan pelengkap dari hasil lampiran.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai motivasi jamaah Gen Z mengikuti kajian *offline* melalui Instagram @ayah_amanah di Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa motivasi utama mereka sangat dipengaruhi oleh figur Ustadz Hanan Attaki yang dianggap komunikatif, santai, mudah dipahami, dan sangat dekat dengan dunia anak muda. Selain itu, relevansi tema kajian dengan permasalahan nyata yang dihadapi Gen Z, suasana dan fasilitas yang nyaman di lokasi kajian, serta pengalaman baru yang inovatif turut memperkuat ketertarikan mereka untuk hadir secara offline meskipun harus berbayar. Kajian ini tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar seperti kenyamanan fisik dan keamanan psikologis, tetapi juga kebutuhan sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri sebagaimana dijelaskan dalam teori hierarki kebutuhan Maslow. Peran Instagram @ayah_amanah juga sangat krusial dalam memberikan informasi yang jelas, menawarkan hiburan sekaligus ruang refleksi emosional, dan memberikan pengakuan sosial melalui dokumentasi kehadiran peserta di media sosial. Seluruh rangkaian motivasi ini menunjukkan bahwa kajian offline Ayah Amanah berhasil menjadi ruang transformasi diri yang mengintegrasikan kekuatan dakwah digital dan interaksi tatap muka, sehingga mampu menjawab kebutuhan spiritual, sosial, dan identitas diri Gen Z secara menyeluruh dan berkelanjutan. Dengan demikian, kajian ini menjadi modal penting

dalam memahami dan mengembangkan strategi dakwah yang relevan bagi generasi muda di era digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Penyelenggara Kajian Ayah Amanah
 - a. Mempertahankan gaya penyampaian santai, relevan, dan tidak menghakimi yang menjadi ciri khas Ustadz Hanan Attaki.
 - b. Terus memperbarui tema kajian sesuai tren dan isu yang dekat dengan kehidupan Gen Z agar pesan tetap kontekstual.
 - c. Memaksimalkan pemanfaatan media sosial (Instagram, TikTok, YouTube) untuk promosi dan pembelajaran singkat pasca-acara, mengingat *platform* tersebut menjadi sumber utama informasi jamaah.
 - d. Mempertimbangkan variasi skema harga atau tiket subsidi untuk menjangkau peserta yang memiliki keterbatasan dana, tanpa mengurangi kualitas acara.
2. Bagi Jamaah Gen Z
 - a. Menjadikan kajian sebagai media konsistensi belajar agama, bukan hanya mengikuti tren atau rasa penasaran sesaat.
 - b. Mengamalkan inti materi yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari serta membagikannya secara positif di media sosial.

- c. Menggunakan momentum kajian untuk membangun jejaring komunitas yang saling mendukung proses hijrah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Meneliti perbandingan motivasi antara jamaah yang rutin dan yang baru pertama kali hadir.
- b. Mengkaji pengaruh kajian *offline* terhadap perubahan perilaku keagamaan jangka panjang.
- c. Memperluas objek penelitian ke kota lain untuk melihat konsistensi faktor motivasi di berbagai wilayah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adminwarta. "IPM Kota Yogyakarta Tertinggi Nasional, Dorong Partisipasi Mahasiswa Dalam Pembangunan." Portal Berita Kota Yogyakarta 27 Maret 2025, n.d.
- Alim Puspianto. "Kelebihan Dan Kelemahan Media Dakwah Di Era Globalisasi." *An-Nida' : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, vol. 12:1, 2023.
- Andi Prastowo. "Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif," 2010.
- Calicchio, Stefano. Calicchio, Stefano. Abraham Maslow, Dari Hierarki Kebutuhan Hingga Pemenuhan Diri: Sebuah Perjalanan Dalam Psikologi Humanistik Melalui Hierarki Kebutuhan, Motivasi, Dan Pencapaian Potensi Manusia Sepenuhnya. Stefano Calicchio, 2023.
- Dhiaulhaq, Muhammad Irfan. "Gen Z Berdakwah: Mengubah Media Sosial Jadi Wadah Positif." November 8, 2024.
- Dull, Eric, and Steven P. Reinhardt. "An Analytic Approach for Discovery." *CEUR Workshop Proceedings*, 2014.
- Efendi, Erwan, Gita Ramadhani, and Tria Tanti. "Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, vol. 4:2, 2023.
- Engel. "Pengertian Motivasi Motivasi." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2014.
- Haryanto, Sri. "Pendekatan Historis Dalam Studi Islam." *Manarul Qur'an: Jurnal Ilmiah Studi Islam*, vol.17:1, 2017.
- Have, Paul ten. "Qualitative Methods in Social Research." *Understanding Qualitative Research and Ethnomethodology*, 2011.
- Hayati, Noor. "Di Majelis Taklim Al-Madani Desa Palingkau", 2023.
- Hizbul Muflihin, Muh. Motivasi Kinerja, 2024.
- Ismiati, Ismiati, Sofiatin Sofiatin, and Luluk Fikri Zuhriyah. "Desain Dakwah Ustadz Hanan Attaki Melalui Media Sosial Instagram @ayah_amanah." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, vol. 24:1, 2024.
- Isnaini, F., & Nugroho, Y. "Motivasi Dan Dinamika Keaktifan Generasi Z Dalam Aktivitas Sosial Budaya Di Kota Pendidikan Yogyakarta." *Jurnal Pemuda Dan Pemberdayaan*, vol. 9:1, 2023.

- Karunia H, Hans, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah. "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, vol. 3:1, 2021.
- Kingdom, United, United Kingdom, and Corresponding Authors. "Asya Dwina Luthfia *1 , Yusuf Rohmat Yanuri 2 1" 10, no. 2 (2024): 213–25.
- Krisan, Florentina, S Rouli Manalu, Joyo Nur, and Suryanto Gono. "Pola Konsumsi Informasi Melalui Media Di Kalangan Generasi Z," n.d.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 2007.
- Kusumawati, Reni, Arliandi Pramadika, Siti Nur Aisah, Ahmad Pucuk Maksum, and Bisir Syauqi. "Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z." *Jurnal Ilmiah Research Studen*, vol. 1:2, 2023.
- Listiani, Tia, Sulis Mariyanti, and M Safitri. "Hubungan Persepsi Terhadap Ustadz Dengan Motivasi Mengikuti Kajian Di Majelis Ta'Lim Nurul Iman Blok M Square Jakarta Selatan." *JCA of Psychology*, vol.2:2, 2021.
- Mouwn Erland. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin*, 2020.
- Muazaroh, Siti, and Subaidi. "Dalam Pemikiran Abraham Maslow." *Al-Mahazib*, vol. 7:1, 2019.
- Nurdewi, Nurdewi. "Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, vol. 1:2, 2022.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa – Nurudin*. Vol. 8, 2009.
- Parhan, Muhamad, Prihatini Riezky, and Sarah Alifa. "Analisis Metode Baru Dakwah Hanan Attaki Di Era Konvergensi Media:(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Hanan_Attaki)" *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. February 2020.
- Pendidikan, Departemen. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2001.
- Pendidikan, Program, Profesi Guru, Dalam Jabatan, Fakultas Keguruan, D A N Ilmu, and Universitas Muhammadiyah Malang. "Kelas F Semester Gasal Program Pendidikan Profesi Guru Dalam Jabatan", n.d.
- Prabayanti, Herma Retno. "Pengaruh Cyber Religion Marketing Dalam TikTok

- @AM.EVENT Terhadap Minat Beli Tiket Pengajian Agama Ustadz Hanan Attaki”, vol. 9:1, 2025.
- Prasetyo, A. B., & Widodo, R. “Peran Komunitas Keagamaan Dalam Membentuk Identitas Spiritual Mahasiswa Generasi Z Di Yogyakarta.” *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, vol. 15:2, 2021.
- Ramli, and Musafir Pababari. “Dakwah Komunitas Dan Konvensional.” *Journal of Mandalika Literature*, vol. 6:1, 2024.
- Rannu, Risky, and Ririn Novita Sari. “Dinamika Tantangan Iman Generasi Muda Masa Kini Dan Strategi Pastoral Untuk Mendorong Pertumbuhan Kerohanian.” *Skenoo : Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, vol. 3:2, 2023.
- Sakitri, Galih. “Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi!” *Forum Manajemen Prasetya Mulya* 1995, 2021.
- Sari, D. P., & Afifah, N. “Aktivitas Sosial Dan Religiusitas Generasi Z Di Yogyakarta: Studi Kasus Komunitas Mahasiswa.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, vol. 9:1, 2022.
- Sekolah Pelita Harapan (SPH). “8 Karakteristik Anak Generasi Z,” n.d. <https://sph.edu/id/blog-id/karakteristik-anak-generasi-z/>.
- sharingtimeuha.com. “Tentang Kami - SharingTimeUHA.Com.” Diakses Pada, 05 Mei 2025, n.d. <https://sharingtimeuha.com/>.
- Sholeh, Sholeh. “Pendidikan Dalam Al-Qur’ān (Konsep Ta’lim QS. Al-Mujadalah Ayat 11).” *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah*, vol. 1:2, 2017.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Soduk. *Dasar Metodologi Penelitian. Literasi Media Publishing*, 2015.
- Sugiyono. *Analisis Data Kualitatif. Analisis Data Kualitatif. Analisis Data Kualitatif*, 2016.
- Weny Maulida Nabilah, Silmi Fadhilatunnisa, Muhammad Irgi Alamsyah, and Meity Suryandari. “Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z Dan Milenial (Generasi Muda).” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, vol. 1:1, 2023.
- Wiranto, Erham Budi, and Sri Suwartini. “Dakwah Dan Objektifitas Keilmuan: Manfaat Religious Studies Dan Islamic Studies Dalam Dakwah Islam.” *Jurnal Dakwah*, vol. 19:2, 2018.

Yuliasih, Muzayyanah. “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi

Generasi Millenial.” *Jurnal Da’wah: Risalah Merintis, Da’wah Melanjutkan*, vol. 4:2, 2022.

Zora Calista. “Agama Digital: Reklamasi Keimanan Ala Generasi Z.” Juni 12, 2024. Diakses pada, 17 Mei 2025., 2024. <https://unair.ac.id/agama-digital-reklamasi-keimanan-ala-generasi-z/>.

