

**MOTIVASI VOLUNTEER DALAM MEMBAGIKAN  
AKTIVITAS KAJIAN USTAZ HANAN ATTAKI DI  
YOGYAKARTA MELALUI INSTAGRAM STORY**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana**

**Disusun oleh:**

**Dylla Luthfia Ratsa**

**NIM 22102010039**

**Dosen Pembimbing:**

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

**NIP 199103222020122011**

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

**2026**



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-1601/Un.02/DD/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : MOTIVASI VOLUNTEER DALAM MEMBAGIKAN AKTIVITAS KAJIAN USTAZ  
HANAN ATTAHI DI YOGYAKARTA MELALUI INSTAGRAM STORY

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DYLLA LUTHFIA RATSA  
Nomor Induk Mahasiswa : 22102010039  
Telah diujikan pada : Senin, 03 Agustus 2026  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

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

Valid ID: 6a8ae632db1db



Penguji I

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

Valid ID: 6a88390f74039



Penguji II

Muhammad Diak Udin, M.Sos.  
SIGNED

Valid ID: 6a87e36fd9920



Yogyakarta, 03 Agustus 2026  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.  
SIGNED

Valid ID: 6a8b96e825984

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPS

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 kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dylla Luthfia Ratsa  
NIM : 22102010039  
Judul Skripsi : Motivasi Volunteer Dalam Membagikan Aktivitas Kajian  
Ustaz Hanan Attaki Di Yogyakarta Melalui Instagram  
Story

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat

- Bebas dari unsur plagiarisme.
- Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan “small match exclusion” sepuluh kata.
- Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.

dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta,  
Dosen Pembimbing



Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.  
NIP 19910322 202012 2 011

Mengetahui:  
Ketua Program Studi



Saptani, M.A.  
NIP 19730221 199903 1 002

- Silakan beri tanda centang (✓) jika pernyataan telah sesuai.

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dylla Luthfia Ratsa  
NIM : 22102010039  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Motivasi Volunteer Dalam Membagikan Aktivitas Kajian Ustaz Hanan Attaki di Yogyakarta melalui Instagram Story adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian- bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 30 Juli 2026

Yang menyatakan,



Nama Dylla Luthfia Ratsa

NIM 22102010039

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## MOTTO

*“Change is the end result of all true learning.”*

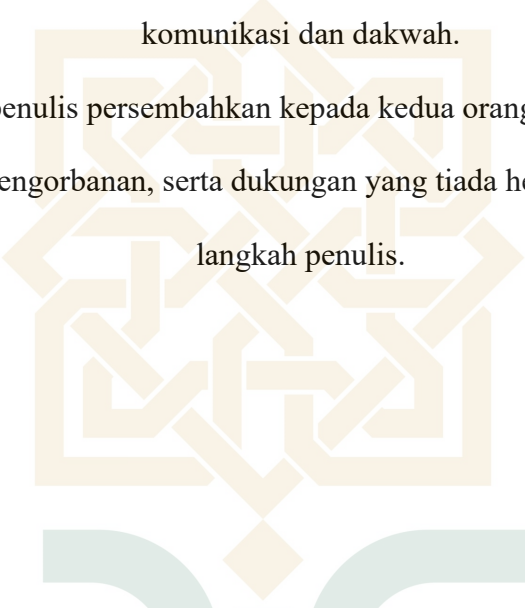
- Leo Buscaglia -



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, sebagai bentuk rasa syukur dan kontribusi sederhana bagi pengembangan ilmu komunikasi dan dakwah.

Karya ini juga penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta atas doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan yang tiada henti mengiringi setiap langkah penulis.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamini, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, nikmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Motivasi Volunteer Dalam Membagikan Aktivitas Kajian Ustaz Hanan Attaki di Yogyakarta Pada Instagram Story" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai proses pembelajaran, pengalaman, tantangan, serta dukungan dari banyak pihak. Selama proses penyusunan, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai keterbatasan. Namun, berkat doa, motivasi, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.

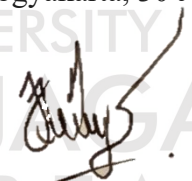
Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat, terima kasih, dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., beserta seluruh jajaran pimpinan universitas.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S., beserta seluruh jajaran.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Saptoni, S.Ag., M.A.,.
4. Dosen Penasehat Akademik Muhammad Diak Udin, M.Sos. yang telah memberikan perhatian, serta nasihat yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.

5. Dosen pembimbing Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A. selaku dosen pembimbing yang senantiasa dengan penuh kesabaran dan keluasan hati membimbing penulis sejak awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Setiap nasihat, kritik, dan saran yang beliau berikan menjadi bekal yang sangat berharga, tidak hanya dalam menyelesaikan skripsi ini, tetapi juga sebagai pembelajaran bagi penulis di kemudian hari.
6. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membagikan ilmu, pengalaman, serta kesempatan belajar selama masa perkuliahan sehingga menjadi bekal bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta pengorbanan yang tidak pernah putus kepada penulis.
8. Seluruh informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
9. Tim penyelenggara Sharing Time, Ayah Amanah, serta seluruh volunteer yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis selama proses penelitian.
10. Para sahabat penulis, Narulita Zahra Tazqia, Aulia Mauli Zahra, Fawwiz Ulinnuha Tasnim, Najwa Azzahra, Alumni Multazam Yogyakarta, Romuca, Kangen, Duta Kampus 2024, KKN 114 Karangnongko, serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang senantiasa memberikan doa, semangat, bantuan, dan menemani setiap proses yang penulis lalui.

11. Sobat KPI 2022 yang telah menjadi teman seperjuangan, berbagi cerita, pengalaman, serta saling menguatkan hingga sampai pada titik ini.
12. Pamungkas, yang telah menghadirkan karya – karya yang menemani begitu banyak fase dalam hidup penulis. Di tengah proses yang penuh keraguan dan kelelahan, lagu-lagunya selalu menjadi ruang untuk pulang, tempat menenangkan diri, sekaligus pengingat untuk tetap melangkah. Tanpa pernah benar-benar mengenal penulis, karya-karyanya telah menjadi teman yang setia dan mantra yang terus menguatkan dalam setiap perjalanan.
13. Terakhir, skripsi ini penulis persembahkan untuk diri sendiri Dylla Luthfia Ratsa. Terimakasih karena telah memilih melangkah walau pelan. Terimakasih untuk tetap bertahan walau banyak rintangan, hambatan dan segala kesulitan lainnya. Terimakasih untuk tetap bangkit setiap kali merasa lelah. Semoga setiap proses yang telah dilalui menjadi pembelajaran yang berharga dan menjadi awal dari perjalanan panjang untuk terus belajar, berkarya, dan memberikan manfaat bagi orang lain.

Yogyakarta, 30 Juli 2026



Dylla Luthfia Ratsa

## ABSTRAK

Media sosial, khususnya Instagram Story, telah menjadi salah satu sarana yang banyak dimanfaatkan untuk mendokumentasikan dan membagikan pengalaman dalam berbagai aktivitas, termasuk kegiatan volunteering pada kajian keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi volunteer dalam mengunggah Instagram Story pada kegiatan *Sharing Time* bersama Ustaz Hanan Attaki menggunakan perspektif *Uses and Gratifications Theory*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan enam orang volunteer sebagai informan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi volunteer dalam mengunggah Instagram Story tidak hanya didorong oleh satu kebutuhan, tetapi merupakan perpaduan beberapa kategori gratifikasi. Gratifikasi identitas personal muncul ketika volunteer membagikan pengalaman yang dianggap bermakna sebagai bagian dari dirinya, bukan untuk membangun citra tertentu. Gratifikasi ekspresi diri tampak melalui keinginan mendokumentasikan pengalaman secara spontan selama kegiatan berlangsung. Gratifikasi interaksi sosial terlihat dari terjalannya komunikasi dengan teman, sesama volunteer, serta munculnya relasi baru setelah unggahan dibagikan. Gratifikasi pengakuan dan apresiasi diperoleh melalui respons positif yang diterima setelah mengunggah Story, meskipun bukan menjadi tujuan utama. Sementara itu, gratifikasi informasi dan pengetahuan diwujudkan melalui keinginan membagikan informasi mengenai kegiatan, pengalaman volunteering, serta mendorong ketertarikan orang lain untuk mengikuti kegiatan serupa. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks volunteer keagamaan, Instagram Story berfungsi tidak hanya sebagai media dokumentasi, tetapi juga sebagai ruang berbagi pengalaman, memperluas interaksi sosial, serta menyebarkan informasi positif melalui pengalaman pribadi.

**Kata Kunci:** *Instagram Story; Motivasi; Uses and Gratifications Theory; Volunteer.*

## **ABSTRACT**

*Social media, particularly Instagram Story, has become a widely used platform for documenting and sharing personal experiences, including volunteering activities in religious events. This study aims to analyze the motivations of volunteers in uploading Instagram Stories during the Sharing Time event with Ustaz Hanan Attaki by employing the Uses and Gratifications Theory. This research used a descriptive qualitative approach involving six volunteers as research informants. Data were collected through in-depth interviews, and documentation. The data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, which consists of data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity was ensured through source triangulation. The findings indicate that volunteers' motivations for uploading Instagram Stories are shaped by multiple gratification needs rather than a single motive. Personal identity gratification emerged when volunteers shared meaningful experiences as part of expressing themselves rather than constructing a particular public image. Self-expression gratification appeared through the spontaneous documentation of activities during the event. Social interaction gratification was reflected in strengthened communication with friends, interactions among fellow volunteers, and the establishment of new social connections after sharing Stories. Recognition and appreciation gratification was obtained through positive responses from viewers, although such responses were not the primary reason for posting. Meanwhile, information and knowledge gratification was demonstrated by volunteers' intention to share information about the event, their volunteering experiences, and to encourage others to participate in similar activities. The study concludes that, within the context of religious volunteering, Instagram Story functions not only as a documentation feature but also as a medium for sharing meaningful experiences, expanding social interaction, and disseminating positive information through personal experiences.*

**Keywords:** *Instagram Story, motivation, Sharing Time, Uses and Gratifications Theory, volunteer.*

## DAFTAR ISI

|                                                             |             |
|-------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>                         | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>                       | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>               | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>                                          | <b>v</b>    |
| <b>PERSEMBAHAN .....</b>                                    | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                         | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                        | <b>viii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                 | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                     | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                  | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                   | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                              | <b>1</b>    |
| A. Rumusan Masalah .....                                    | 5           |
| B. Tujuan Penelitian.....                                   | 6           |
| C. Manfaat Penelitian .....                                 | 6           |
| D. Manfaat Penelitian .....                                 | 6           |
| E. Kajian Pustaka.....                                      | 6           |
| F. Kerangka Teori.....                                      | 10          |
| G. Kerangka Konsep .....                                    | 16H.        |
| Metodologi Penelitian .....                                 | 17          |
| I. Sistematika Pembahasan .....                             | 28          |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM .....</b>                           | <b>32</b>   |
| A. Profil Program dan Penyelenggara.....                    | 332         |
| B. Gambaran Pelaksanaan Kajian Sharing Time .....           | 38          |
| C. Struktur dan Peran Volunteer .....                       | 40          |
| D. Penggunaan Instagram Story Dalam Konteks Penelitian..... | 43          |
| <b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>                              | <b>47</b>   |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>                                 | <b>74</b>   |
| A. Kesimpulan .....                                         | 74          |
| B. Saran.....                                               | 77          |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                  | <b>80</b>   |
| <b>LAMPIRAN</b>                                             |             |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>                                 |             |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Profil akun Instagram @ayah_amanah.....                                 | 30 |
| Gambar 2.2 Foto Ustaz Hanan Attaki.....                                            | 33 |
| Gambar 2.3 Profil Instagram Ustaz Hanan Attaki.....                                | 34 |
| Gambar 2.4 Poster Kajian 08 Maret 2025.....                                        | 36 |
| Gambar 2.5 Profil Aplikasi Instagram.....                                          | 40 |
| Gambar 2.6 Data jumlah pengguna Instagram 2020 – 2025.....                         | 41 |
| Gambar 2.7 Data jumlah pengguna Instagram berdasarkan generasi.....                | 41 |
| Gambar 2.8 Fitur Instastory.....                                                   | 42 |
| Gambar 3.1 Arsip <i>Instagram Story</i> informan pada kajian Ustaz Hanan Attaki... | 66 |
| Gambar 3.2 Arsip <i>Instagram Story</i> informan pada kajian Ustaz Hanan Attaki... | 66 |
| Gambar 3.3 Arsip <i>Instagram Story</i> informan pada kajian Ustaz Hanan Attaki... | 67 |
| Gambar 3.4 Arsip <i>Instagram Story</i> informan pada kajian Ustaz Hanan Attaki... | 67 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Kerangka Konsep..... | 27 |
|--------------------------------|----|



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan Masyarakat, termasuk dalam praktik dakwah islam. Adanya media sosial sebagai ruang untuk berkomunikasi secara digital membuat dakwah bisa tersebar luas dan cepat. Kehadiran media sosial mengubah cara penyampaian pesan – pesan keagamaan yang sebelumnya didominasi oleh pertemuan tatap muka menjadi lebih fleksibel, interaktif, dan mampu menjangkau Masyarakat luas tanpa dibatasi ruang maupun waktu. Dalam hal ini, media sosial telah menjadi sarana penting bagi para da'i dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada generasi muda.<sup>1</sup>

Dalam era dakwah digital, tidak hanya para da'i atau tokoh agama yang menjadi agen penyebaran dakwah, tetapi juga individu yang terlibat dalam aktivitas dakwah, termasuk volunteer. Volunteer memiliki peran penting dalam mendukung keberlangsungan kegiatan dakwah, mulai dari persiapan acara, pelayanan peserta, dokumentasi hingga penyebar luasan informasi. Keterlibatan volunteer menunjukkan bahwa dakwah merupakan aktifitas kolaboratif yang melibatkan generasi muda.

Fenomena tersebut tampak pada kegiatan kajian Ustaz Hanan Attaki yang melibatkan volunteer yang terdiri dari kalangan kaum muda atau generasi Z dengan

---

<sup>1</sup> Cut Sri Wahyuni, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah," *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3 (2022): 4522–28.

rentang usia berusia 18 – 25 tahun.<sup>2</sup> Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh pada era teknologi yang terus berkembang dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya.<sup>3</sup>

Seiring dengan perubahan generasi dan karakter, generasi Z menunjukkan kecenderungan unik dalam hal keterlibatan sosial dan *Volunteering*. *Volunteering* kerap kali dipandang sebagai kesempatan untuk pengembangan diri bukan sekadar aksi sosial, melainkan sarana untuk menambah kompetensi, pengalaman, dan membangun reputasi.<sup>4</sup> Selain itu, Generasi Z juga tertarik pada kegiatan *volunteering* yang dikombinasikan dengan pengalaman baru, petualangan, pertemanan, serta kesempatan memperluas jaringan dan wawasan.<sup>5</sup> Hal ini relevan mengingat bahwa generasi Z dikenal dengan generasi yang mencari pengalaman bermakna dan identitas personal yang kuat di era media sosial, Dimana aktivitas *volunteering* bisa menjadi bagian dari identitas mereka.

Dalam sebuah kegiatan yang melibatkan volunteer, penyelenggara biasanya memiliki media resmi untuk menyampaikan informasi dan mendokumentasikan kegiatan kepada masyarakat. Secara ideal, penyebaran informasi mengenai kegiatan dapat dilakukan melalui media resmi yang dikelola oleh penyelenggara. Namun, pada praktiknya, aktivitas volunteer tidak hanya muncul melalui akun

<sup>2</sup> Afrian, Vidya [@vidyaafrian]. 2025. “*Volunteer*”. Instagram highlight. [https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDQ5MDUxMDIyMzM1ODI0?story\\_media\\_id](https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDQ5MDUxMDIyMzM1ODI0?story_media_id)

<sup>3</sup> Kartini Sikumbang et al., “Peranan Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial Dan Etika Pada Generasi Z,” *Journal on Education* 6, no. 2 (2024): 11029–37, <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>.

<sup>4</sup> Meehee Cho, Mark A Bonn, and Su Jin Han, “Generation Z ’ s Sustainable Volunteering : Motivations , Attitudes and Job Performance,” no. 2014 (2018): 1–16, <https://doi.org/10.3390/su10051400>.

<sup>5</sup> Ni Putu et al., “Voluntourism : Motivations of Gen Z Participants in Bali” 6, no. 1 (2024): 191–99.

resmi kegiatan. Volunteer juga membagikan pengalaman mereka melalui akun media sosial pribadi, termasuk Instagram Story. Unggahan tersebut pun tidak selalu dimaksudkan sebagai bentuk dakwah, melainkan dapat muncul karena keinginan untuk berbagi pengalaman, menunjukkan aktivitas, berinteraksi dengan orang lain, maupun menyampaikan informasi.

Karakteristik *Instagram Story* yang bersifat *real time* dan hanya bertahan selama dua puluh empat jam menjadikan fitur ini sebagai media yang digunakan untuk membagikan pengalaman.<sup>6</sup> Dalam hal ini, volunteer tidak berhenti pada pelaksanaan kegiatan secara langsung, tetapi juga berlanjut pada ruang digital melalui unggahan di *Instagram Story*.

Fenomena volunteer dalam membagikan aktivitas kajian melalui *Instagram Story* menimbulkan pertanyaan mengenai apa yang melatarbelakangi perilaku tersebut. Unggahan yang mereka bagikan kemungkinan tidak hanya bertujuan untuk dokumentasi pribadi, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk ekspresi diri, menunjukkan identitas personal, upaya memperluas interaksi sosial, memperoleh pengakuan dari pengguna lain, atau sebagai media untuk menyebarkan informasi dan pesan dakwah. Mengingat setiap individu memiliki alasan dan kebutuhan yang berbeda dalam menggunakan media sosial, maka hal ini menjadi menarik untuk dikaji.

*Uses and Gratifications Theory* menyatakan bahwa pengguna media bersifat aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan atau

---

<sup>6</sup> Devi Rianti Lestari, "Studi Motif Penggunaan Instastory Pengurus Kinesik Periode 2015-2016," *Kinesik* 6, no. 2 (2019): 127–39, <https://doi.org/10.22487/ejk.v6i2.76>.

gratifikasi tertentu.<sup>7</sup> Dalam konteks Instagram, sejumlah penelitian mengidentifikasi berbagai motif penggunaan seperti sosial, identitas pribadi, dokumentasi pribadi, maupun hiburan. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa fitur “*stories*” di media sosial memunculkan motivasi seperti *disclosure*, *social sharing*, dan *self promotion*.<sup>8</sup>

Mengacu pada konteks volunteer dakwah, aktivitas mereka mengunggah foto saat menjadi volunteer dapat dilihat sebagai bentuk *self disclosure* dan pencarian gratifikasi melalui platform Instagram. *Self disclosure* dalam hal ini, diartikan sebagai perilaku pengungkapan informasi pribadi, yang dapat mencakup berbagai aspek, dari pengalaman hingga perasaan, yang dilakukan secara sadar untuk membangun koneksi dengan orang lain.<sup>9</sup> Penelitian di bidang dakwah digital juga sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang partisipatif di mana setiap individu bisa menjadi komunikator dakwah secara tidak langsung.

Namun, meskipun banyak penelitian mengenai penggunaan Instagram atau media sosial dari perspektif *Uses and Gratifications theory*, Sebagian besar penelitian masih berfokus pada konteks hiburan, gaya hidup, pemasaran, dan aktivitas personal. Sementara itu, penelitian yang mengkaji penggunaan *Uses and Gratifications Theory* dalam konteks relawan keagamaan, masih relatif terbatas. Penelitian – penelitian sebelumnya banyak memfokuskan pada konten dakwah

---

<sup>7</sup> Anita Whiting and David Williams, “Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach,” *Qualitative Market Research: An International Journal* 16, no. 4 (2013): 362–69, <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>.

<sup>8</sup> Devadas Menon, “Updating ‘Stories’ on Social Media and Its Relationships to Contextual Age and Narcissism: A Tale of Three Platforms – WhatsApp, Instagram and Facebook,” *Heliyon* 8, no. 5 (2022): e09412, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09412>.

<sup>9</sup> Novia Marida Ulfah and Yolivia Irna Aviani, “Hubungan Antara Kesepian Dengan Online Self-Disclosure Pada Remaja Yang Menggunakan Instagram Di Bukittinggi,” *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 4, no. 2 (2023): 1448–58, <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i2.365>.

tokoh agama atau Lembaga dakwah, bukan pada aktor sukarela yang menggunakan akun pribadi mereka untuk berbagi keterlibatan dakwah. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis dan memetakan motivasi, dan strategi komunikasi yang lebih personal dari volunteer dakwah melalui Instagram.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam motivasi volunteer kajian Ustaz Hanan Attaki dalam mengunggah aktivitas *volunteering* di Instagram. Penelitian ini menjadi penting karna fenomena keterlibatan Gen Z dalam kegiatan volunteer dakwah semakin meningkat, namun motif di balik perilaku mereka menampilkan aktivitas tersebut di media sosial khususnya instagram masih belum banyak di jelaskan secara akademik. Bagi Generasi Z media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai bagian dari identitas diri, tetapi juga sebagai ruang pengembangan personal, serta penciptaan citra sosial di ruang digital. Di sisi lain, kajian terdahulu tentang *volunteering* cenderung membahas motivasi menjadi relawan, tetapi belum menggali secara spesifik apa yang mendorong volunteer dakwah untuk mengunggah aktivitas mereka sebagai konten personal, terlebih dalam konteks organisasi keagamaan seperti kajian Ustaz Hanan Attaki yang aktif di media sosial.

#### **A. Rumusan Masalah**

Bagaimana motivasi volunteer kajian Ustaz Hanan Attaki di Yogyakarta dalam membagikan aktivitas *volunteering* melalui *Instagram Story* berdasarkan perspektif *Uses and Gratifications*?

## B. Tujuan Penelitian

Menganalisis motivasi volunteer kajian Ustadz Hanan Attaki di Yogyakarta dalam membagikan aktivitas volunteering melalui *Instagram Story* berdasarkan perspektif *Uses and Gratifications*.

## C. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis:

- a) Memperkaya penerapan *Uses and Gratifications Theory* dalam kajian dakwah digital, khususnya untuk memahami motivasi volunteer dalam membagikan aktivitas keagamaan melalui *Instagram Story*.

### 2. Manfaat Praktis:

- a) Menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi komunitas atau penyelenggara kajian untuk memahami motivasi volunteer dalam menampilkan kegiatan volunteering di media sosial, sehingga strategi komunikasi digital dapat disesuaikan.
- b) Memberikan wawasan bagi praktisi dakwah digital mengenai bagaimana pemanfaatan Instagram dapat menjadi media dalam membangun keterlibatan, eksistensi, dan identitas religius melalui aktivitas volunteering.

## E. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka ini berisi penelitian – penelitian terdahulu yang selaras dengan penelitian yang akan dilakukan untuk memberikan kejelasan posisi dalam penelitian ini, sehingga dapat menemukan kebaruan dalam penelitian.

Perkembangan teknologi digital, menjadikan media sosial sebagai ruang penting bagi aktivitas komunikasi dan penyebaran pesan keagamaan. Cut Sri Wahyuni (2022) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi sarana dakwah yang efektif karena mampu menjangkau audiens yang luas dan bersifat interaktif sehingga memungkinkan setiap individu berperan sebagai penyampai pesan dakwah. Bukan hanya tokoh dakwah atau Lembaga resmi yang aktif berperan dalam kegiatan tersebut, melainkan juga relawan atau volunteer memiliki peran melalui akun pribadi mereka, terutama pada platform Instagram. Aktivitas yang tampak sederhana seperti membagikan foto atau story kegiatan volunteering bukan sekedar dokumentasi pribadi, melainkan bagian dari praktik komunikasi digital yang berpotensi mencerminkan motivasi dan pemenuhan kebutuhan tertentu. Instagram, menjadi salah satu platform yang mendukung praktik tersebut dengan fitur-fiturnya yang visual dan interaktif. Hal ini menjadikannya sangat relevan bagi pengguna untuk merepresentasikan diri, membangun identitas sosial, dan berinteraksi dalam komunitas digital.<sup>10</sup> Hal ini relevan dengan penelitian ini karena aktivitas volunteer kajian Ustaz Hanan Attaki yang ditampilkan melalui akun Instagram dapat dipahami sebagai bagian dari praktik dakwah.

Mazlin dkk (2025) mengungkapkan bahwa dakwah di media sosial khususnya Instagram, tidak terlepas dari proses komodifikasi, di mana pesan dakwah dikemas secara visual dan personal. Studi yang memeriksa motivasi pembaruan *Stories* menunjukkan adanya motivasi yang bersifat “socially

---

<sup>10</sup> Yi-ting Huang, “Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults,” 2018, <https://doi.org/10.3390/fi10080077>.

rewarding”, social sharing, disclosure, dan dokumentasi, yang relevan ketika individu mengunggah momen volunteering sebagai story atau feed karena unggahan tersebut sekaligus berfungsi sebagai rekaman pengalaman dan sarana interaksi sosial jangka pendek.

Keterlibatan Generasi Z dalam kegiatan volunteering memperlihatkan adanya peningkatan budaya partisipasi sosial di era digital. Cho, Bonn, dan Han (2018) menyatakan bahwa ketertarikan Gen Z pada volunteering sangat kuat, bukan hanya soal membantu atau pengabdian saja, tetapi juga soal identitas, pengembangan diri, relasi sosial, dan realisasi nilai keagamaan atau sosial. Hal ini diperkuat oleh penelitian Putu dkk (2024) dalam studi tentang voluntourism Gen Z di Bali menunjukkan bahwa motivasi partisipasi dipengaruhi oleh kebutuhan akan pengalaman bermakna, relasi sosial, serta ekspresi diri. Penelitian – penelitian ini menjadi dasar yang relevan untuk memahami alasan volunteer dalam mengunggah kegiatannya di *Instagram Story*.

Pendekatan teoretis yang tepat untuk memahami fenomena ini adalah *Uses and Gratifications Theory*. Teori ini menekankan bahwa pengguna media bersifat aktif mereka memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan atau gratifikasi psikologis dan sosial tertentu.

sejumlah penelitian telah menerapkan *Uses and Gratifications Theory* untuk memahami pola penggunaan Instagram dalam berbagai konteks. Hasil penelitian tersebut memperkuat relevansi *Uses and Gratifications Theory* untuk menjelaskan alasan seseorang memilih dan memanfaatkan Instagram untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Studi-studi pda Tingkat Internasional maupun Indonesia,

menemukan bahwa ada beragam motivasi seseorang dalam penggunaan Instagram seperti, kebutuhan identitas, interaksi sosial, dan dokumentasi kegiatan. Selain itu, pada konteks Indonesia juga, hasil penelitian menunjukkan adanya karakteristik yang khas, seperti penggunaan narasi keagamaan. Dalam penelitian lokal, tentang Aplikasi Teori *Uses and Gratifications* Pada Media Sosial Instagram di Indonesia oleh R. Moch. Fakhr Arifin, menjelaskan bahwa penggunaan Instagram memiliki keterkaitan dengan *Uses and Gratifications Theory* karena pengguna media sosial memiliki alasan tertentu dalam memanfaatkan Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyinggung pemanfaatan Instagram dan estetika dakwah yang terkait dengan akun-akun yang menampilkan program Ustaz Hanan Attaki, namun kajian yang secara spesifik menelaah unggahan volunteer di akun pribadi sebagai bentuk pemenuhan gratifikasi masih sangat terbatas. Penelitian yang ada mengonfirmasi peran Instagram dalam strategi dakwah umum, tetapi belum menjelaskan peran volunteer sebagai aktor individu yang menggunakan platform pribadi untuk tujuan-tujuan yang mungkin berbeda, misalnya dokumentasi, pengakuan sosial, atau pembentukan identitas religius.<sup>11</sup>

Meskipun *Uses and Gratifications Theory* telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku penggunaan, terdapat *gap* penelitian dalam konteks dakwah digital dan volunteer. Sebagian besar studi fokus pada konsumsi media, motivasi pengguna Instagram dalam konteks hiburan dan gaya hidup atau perilaku tokoh

---

<sup>11</sup> Rosa Melyna Mazlin et al., “Komodifikasi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram” 7, no. April (2025): 1–12, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v7i1.36108>.

publik, tetapi jarang yang meneliti relawan dakwah yang menggunakan akun pribadi mereka untuk berbagi aktivitas volunteering. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji motivasi relawan dalam konteks dakwah digital, khususnya melalui Instagram.

Berdasarkan uraian di atas, posisi penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut. Pertama, penelitian ini melengkapi kajian *Uses and Gratifications Theory* di konteks Indonesia dengan mengkaji praktik volunteering dakwah yaitu analisis motivasi individu (volunteer) yang mengunggah aktivitas volunteering di akun pribadi mereka. Kedua, penelitian ini memperluas penerapan *Uses and Gratifications* dengan bagaimana bentuk – bentuk gratifikasi dapat muncul dalam konteks kegiatan volunteer pada ranah kajian keagamaan. Melalui hal tersebut, penelitian ini tidak bermaksud membantah temuan sebelumnya, melainkan memperluas perspektif mengenai penggunaan Instagram dan pemahaman tentang siapa yang menjadi agen dakwah digital dan mengapa mereka memilih untuk tampil di ruang publik Instagram.<sup>12</sup>

## **F. Kerangka Teori**

### **a. *Uses and Gratifications Theory***

Penelitian ini menggunakan *Uses and Gratifications Theory* sebagai landasan utama dalam menganalisis motivasi volunteer dalam mengunggah konten non-dakwah di Instagram pribadi mereka. Teori ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1974 dan menekankan bahwa audiens merupakan

---

<sup>12</sup> Whiting and Williams, “Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach.”

pihak yang aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan tertentu yang ingin dipenuhi.<sup>13</sup>

*Uses and Gratifications Theory* adalah teori yang menyatakan bahwa audiens adalah aktor aktif yang memilih media dan konten untuk memenuhi kebutuhan/kepuasan tertentu. Teori ini merubah perspektif dari media-sentris menjadi user-sentris: bukan “apa media lakukan pada audiens”, melainkan “apa audiens lakukan dengan media”. Dalam praktik media sosial modern, teori ini sering digunakan untuk memetakan motivasi pengguna. mencari informasi, menjaga hubungan sosial, mengekspresikan identitas, dokumentasi atau hiburan.<sup>14</sup>

Dalam penelitian ini, *Uses and Gratifications Theory* digunakan untuk menjelaskan motivasi volunteer dalam menampilkan aktivitas volunteering di Instagram, terutama pada konten non-dakwah seperti unggahan *story* atau foto saat bertugas. Hal ini relevan dengan pendapat sebuah penelitian yang menyatakan bahwa Instagram berfungsi sebagai ruang representasi identitas, di mana pengguna secara sadar memilih foto yang mampu menonjolkan atribut tertentu.<sup>15</sup>

*Uses and Gratifications Theory* menjadi alat untuk menguraikan bagaimana unggahan para volunteer tidak hanya menjadi bentuk

---

<sup>13</sup> Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and Gratifications Theory*. Paolo Cappa, Fabrizio Patanè, and Salvatore Sciuto, “Online Evaluation of the Quality of the Operating Rooms and Intensive Care Units Environment by Means of Distributed Measuring Networks,” *Journal of Clinical Engineering* 30 (June 2005): 91–93, <https://doi.org/10.1097/00004669-200504000-00044>.

<sup>14</sup> Faiswal Kasirye, “The Importance of Needs in Uses and Gratification Theory,” 1974.

<sup>15</sup> *JurnalSosiologi Nusantara*, Studi Sosiologi, and Universitas Sumatera Utara, “JurnalSosiologi Nusantara Vol 9, No 1, Tahun 2023” 9, no. 1 (2023): 111–20.

dokumentasi visual, tetapi juga sarana pemenuhan berbagai gratifikasi yang diklasifikasikan yaitu sebagai berikut<sup>16</sup> :

a. Gratifikasi Identitas Personal (*Personal Identity Gratification*)

Kebutuhan Gen Z untuk menegaskan identitas diri sebagai individu yang religius, aktif, dan berkontribusi dalam kegiatan positif serta menampilkan aktivitas volunteering dianggap sebagai cara menunjukkan citra diri (*self-image*) dan nilai-nilai pribadi.

b. Gratifikasi Ekspresi Diri (*Self-expression Gratification*)

Instagram digunakan sebagai ruang ekspresi kreatif untuk membagikan pengalaman spiritual dan kegiatan sosial. Story/foto menjadi medium untuk menunjukkan perjalanan diri atau momen bermakna sebagai volunteer.

c. Gratifikasi Sosial (*Social Interaction Gratification*)

Konten volunteering membantu mereka terhubung dengan komunitas sefrekuensi, memperluas jaringan, atau mendapat pengakuan sosial dari teman sebaya. Interaksi berupa like, komen, dan repost memberikan rasa dihargai.

d. Gratifikasi Pengakuan dan Apresiasi (*Recognition Gratification*)

Keinginan untuk mendapatkan validasi sosial sebagai seseorang yang aktif berkontribusi dalam kegiatan dakwah. Posting konten

---

<sup>16</sup> Katz, Elihu, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch. "Uses and Gratifications Research." *The Public Opinion Quarterly* 37, no. 4 (1973): 509–23. <http://www.jstor.org/stable/2747854>.

volunteering menimbulkan perasaan bangga ketika dilihat oleh followers, teman komunitas, atau panitia kajian.

e. Gratifikasi Informasi dan Pengetahuan (*Information Seeking Gratification*)

Beberapa volunteer mengunggah konten untuk berbagi informasi tentang kegiatan dakwah atau ajakan hadir ke kajian. Mereka merasa mendapat manfaat karena bisa memberikan informasi bermanfaat bagi orang lain.

Melalui teori ini, peneliti menelusuri bagaimana para volunteer menggunakan Instagram untuk menampilkan identitas personal mereka, misalnya identitas religius, citra sebagai anak muda yang aktif, atau peran mereka sebagai bagian dari kegiatan dakwah. Media sosial memberi mereka ruang untuk memperkuat citra tersebut melalui foto, caption, tagar, dan interaksi dengan pengikut. Selain itu, Instagram juga digunakan dalam aspek sosial, di mana para volunteer berharap dari unggahan mereka bisa memicu timbulnya dukungan, apresiasi, atau sekadar interaksi sederhana seperti komentar dan *likes* dari komunitas digital mereka. Fenomena ini menunjukkan bahwa motivasi sosial menjadi bagian penting dari praktik unggahan para volunteer.

Penerapan teori ini juga tampak dalam proses analisis konten unggahan. Peneliti menggunakan konsep gratifikasi yang dicari (*gratification sought*) dan gratifikasi yang diperoleh (*gratification obtained*) untuk membaca bagaimana para volunteer memaknai pengalaman mereka. Ketika seorang volunteer mengatakan bahwa mengunggah foto membuatnya senang karena mendapat banyak respons

positif, hal tersebut menunjukkan adanya gratifikasi sosial yang diterima. Sementara itu, ketika mereka mengunggah konten dengan tujuan mengarsipkan momen spiritual atau memperlihatkan peran mereka dalam kegiatan keagamaan, teori ini membantu peneliti mengaitkan tindakan tersebut dengan kebutuhan identitas dan dokumentasi.

## **2. Volunteer**

### **a. Pengertian Volunteer**

Volunteer merupakan seseorang yang secara sukarela memberikan waktu, tenaga, maupun kemampuannya untuk membantu suatu kegiatan.<sup>17</sup> Keterlibatan tersebut dilakukan atas kemauan sendiri dan tidak didasarkan pada tujuan untuk mendapatkan upah sebagai imbalan utama. Volunteer dapat terlibat dalam berbagai kegiatan, mulai dari kegiatan sosial, kemanusiaan, pendidikan, komunitas, hingga kegiatan keagamaan.

Dalam penelitian ini, volunteer merujuk pada individu yang ikut membantu pelaksanaan kegiatan Sharing Time bersama Ustaz Hanan Attaki. Mereka terlibat dalam kegiatan sesuai dengan tugas dan divisi masing-masing. Dari pengertian tersebut, terdapat beberapa hal yang membedakan aktivitas volunteer dengan pekerjaan pada umumnya, yaitu adanya unsur kesukarelaan, tidak adanya kewajiban untuk menerima imbalan sebagai dasar keterlibatan, serta adanya kontribusi yang diberikan untuk membantu pihak lain atau suatu kegiatan. Dengan demikian,

---

<sup>17</sup> Putu et al., "Voluntourism : Motivations of Gen Z Participants in Bali."

seseorang dapat disebut sebagai volunteer ketika keterlibatannya dilakukan atas kemauan sendiri.

b. Karakteristik Volunteer

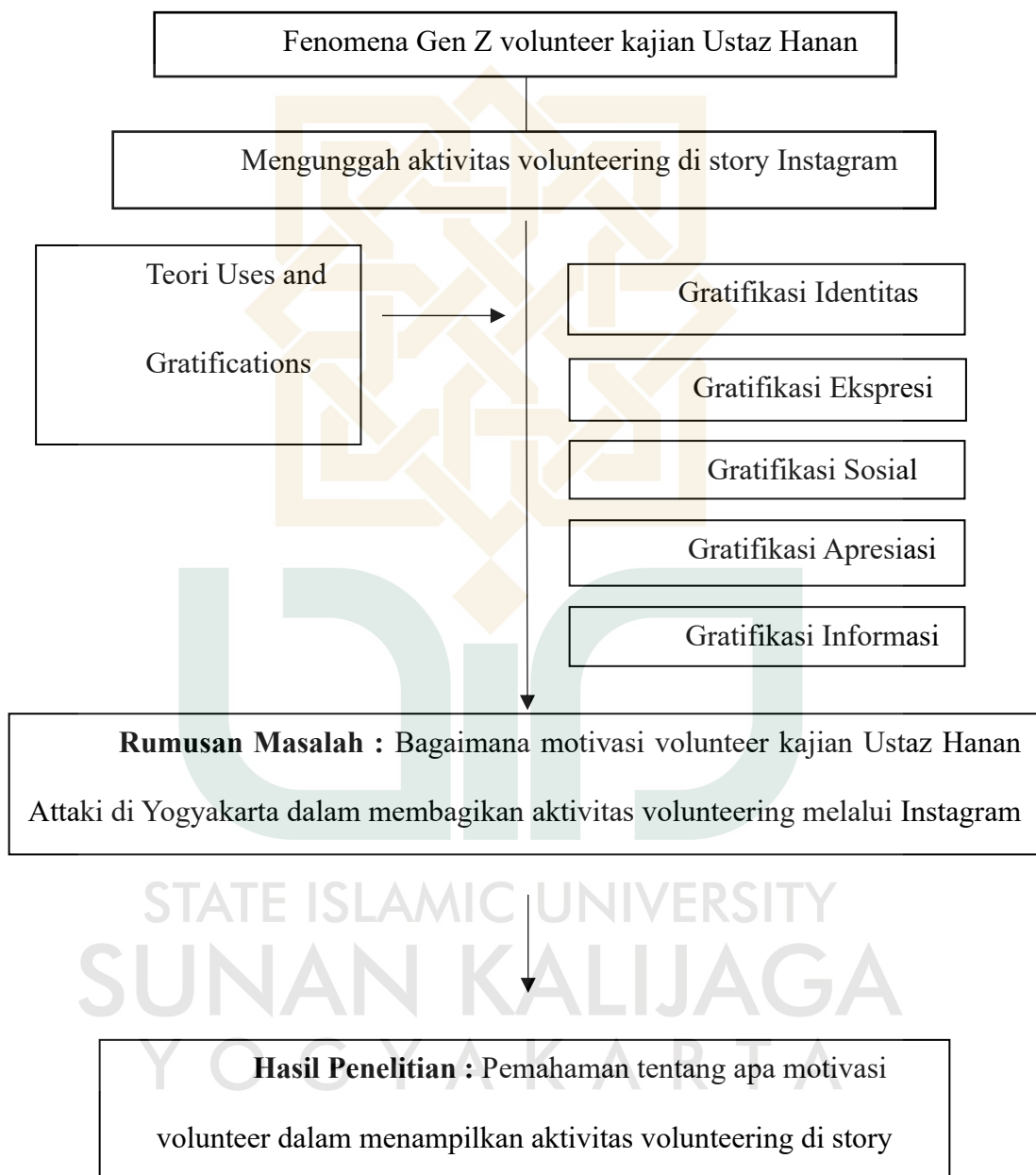
Karakteristik volunteer dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kesesuaiannya dengan konteks kegiatan dan fokus penelitian. Peneliti tidak hanya mempertimbangkan seseorang sebagai volunteer karena hadir dalam kegiatan, tetapi juga melihat keterlibatan langsungnya dalam kegiatan serta pengalaman mereka dalam mengunggah aktivitas volunteering melalui Instagram Story pribadi.

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti terlebih dahulu menelusuri volunteer yang terlibat dalam kegiatan Sharing Time pada 8 Maret 2025. Dari keseluruhan volunteer yang teridentifikasi, peneliti menemukan 10 volunteer yang mengunggah aktivitas volunteering melalui Instagram Story pribadi. Kesepuluh volunteer tersebut kemudian dihubungi untuk ditanyakan kesediaannya menjadi informan. Dari proses tersebut, terdapat enam volunteer yang berhasil dihubungi dan bersedia mengikuti wawancara.

## G. Kerangka Konsep

Tabel 1.1

Kerangka Konsep



## H. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam mengenai motivasi volunteer menggunakan akun Instagram pribadi dalam membagikan aktivitas mereka dalam kegiatan kajian Ustaz Hanan Attaki.

Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan perspektif subjek.<sup>18</sup> Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai motivasi volunteer dalam membagikan aktivitas kajian Ustaz Hanan Attaki melalui *Instagram Story* berdasarkan pengalaman dan perspektif informan .

### 2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menganalisis motivasi volunteer dalam membagikan aktivitas kajian Ustaz Hanan Attaki melalui fitur *Instagram Story* berdasarkan *Uses and Gratifications Theory*. Penelitian ini menyoroti proses ketika volunteer secara sadar atau tidak sadar memanfaatkan fitur *Instagram Story* untuk menampilkan aktivitas mereka sebagai volunteer, kemudian secara bertahap membentuk citra tertentu di hadapan audiens atau followers mereka.

---

<sup>18</sup> Indriani Ismail, "Pendekatan Kualitatif," n.d.

Melalui pendekatan *Uses and Gratifications Theory*, penelitian ini mengkaji kebutuhan dan dorongan yang melatarbelakangi pemilihan Instagram sebagai media untuk mengekspresikan peran volunteer, apakah karena kebutuhan akan pengakuan identitas diri (*personal identity*), kebutuhan interaksi sosial (*social interaction*), kebutuhan informasi, atau karena alasan kepuasan emosional dan hiburan.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan Teknik *purposive sampling*, yaitu Teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua peserta kajian memiliki karakteristik yang relevan dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, peneliti menetapkan beberapa kriteria informan agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berasal dari kalangan Generasi Z dengan rentang usia 18 – 25 tahun.
2. Terlibat sebagai volunteer pada kegiatan kajian Ustaz Hanan Attaki yang diselenggarakan di Yogyakarta pada tanggal 08 Maret 2025
3. Mengunggah aktivitas volunteering selama kegiatan berlangsung melalui fitur *Instagram Story* pada akun Instagram pribadi.
4. Masih memiliki arsip atau bukti unggahan *Instagram Story* yang berkaitan dengan kegiatan tersebut, baik berupa arsip story maupun tangkapan layar.

5. Bersedia menjadi informan penelitian, mengikuti proses wawancara, serta memberikan izin kepada peneliti untuk menggunakan hasil wawancara dan dokumentasi berupa tangkapan layar *Instagram Story* sebagai data penelitian.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik yang saling melengkapi agar peneliti memperoleh informasi yang utuh dan mendalam mengenai motivasi volunteer dalam membagikan story aktivitas kajian melalui akun Instagram pribadi. Teknik utama yang digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi.

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan terlebih dahulu menelusuri volunteer yang terlibat dalam kegiatan Sharing Time bersama Ustaz Hanan Attaki pada 8 Maret 2025 dari Instagram Ayah Amanah. Dari daftar tersebut, peneliti kemudian menelusuri akun Instagram pribadi volunteer khususnya sorotan, untuk melihat apakah mereka mengunggah aktivitas selama kegiatan melalui Instagram Story. Penelusuran dilakukan berdasarkan unggahan yang menunjukkan keterlibatan volunteer dalam kegiatan, seperti dokumentasi suasana kegiatan, aktivitas selama menjalankan tugas, maupun momen lain yang berkaitan dengan kegiatan Sharing Time.

Berdasarkan penelusuran tersebut, peneliti menemukan 10 volunteer yang memenuhi kriteria awal penelitian. Kesepuluh volunteer tersebut kemudian dihubungi oleh peneliti untuk menjelaskan maksud dan tujuan

penelitian serta menanyakan kesediaan mereka untuk menjadi informan. Dari 10 volunteer yang dihubungi, terdapat 6 volunteer yang berhasil dihubungi dan bersedia mengikuti wawancara. Keenam volunteer tersebut kemudian menjadi informan yang diwawancarai dalam penelitian ini.

Pertama, peneliti melakukan wawancara mendalam (in-depth interview) kepada 6 orang volunteer yang aktif mengikuti kegiatan kajian Ustaz Hanan Attaki dengan tema “Jebakan Love Bombing” pada tanggal 08 Maret 2025 di Hotel Tentrem Yogyakarta dan diketahui menggunakan akun Instagram pribadi untuk mengunggah aktivitas mereka ketika menjadi volunteer. Alasan peneliti memilih kajian ini Adalah karena kajian tersebut merupakan kegiatan besar yang melibatkan jumlah volunteer yang cukup banyak dan berasal dari kalangan gen Z, sehingga relevan dengan focus penelitian.

Proses wawancara dilaksanakan pada bulan April 2026 setelah seluruh rangkaian kegiatan kajian selesai, Setiap wawancara berlangsung selama kurang lebih 15 – 30 menit, menyesuaikan dengan ketersediaan waktu informan.

Wawancara dilakukan secara terbuka dan fleksibel menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun, sehingga peneliti dapat menggali pengalaman, motivasi, alasan pemilihan Instagram, dan alasan volunteer dalam membagikan kegiatan kajian di *Instagram Story*. Wawancara dilakukan via *Google Meet* atau *WhatsApp Video Call* sesuai kesepakatan antara peneliti dan informan. Seluruh proses wawancara direkam

menggunakan fitur perekam suara pada telepon genggam kemudian ditranskripsikan ke dalam bentuk tulisan untuk memudahkan proses analisis data.

Tema pertanyaan dalam wawancara meliputi pengalaman informan sebagai volunteer, alasan mengunggah aktivitas melalui *Instagram Story*, proses pengambilan keputusan sebelum mengunggah story, makna unggahan bagi informan, respons yang diterima setelah mengunggah story, serta motivasi penggunaan *Instagram Story* yang dianalisis menggunakan *Uses and Gratifications Theory*.

Selain itu, peneliti juga mengumpulkan dokumentasi, berupa tangkapan layar (screenshots) konten Instagram, data profil akun (bio, jumlah pengikut), serta materi publikasi volunteer apabila tersedia. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti visual untuk memperkuat hasil analisis dan menjadi bagian dari data pendukung yang dapat diverifikasi.

Dokumentasi yang dikumpulkan berupa konten pada rentang waktu pelaksanaan kajian, yaitu pada tanggal 08 Maret 2025. Data dokumentasi diperoleh melalui sorotan Instagram informan dan arsip Instagram informan.

Meskipun kegiatan kajian telah berlangsung pada bulan Maret 2025, data dokumentasi tetap dapat diperoleh karena setiap informan masih memiliki arsip story dan sorotan pada akun Instagram masing – masing. Selain itu, beberapa informan juga menyimpan tangkapan layar story yang pernah diunggah.

Dokumentasi yang dianalisis tidak mencakup seluruh *Instagram Story* yang pernah diunggah oleh informan, melainkan hanya story yang berkaitan dengan aktivitas volunteering dalam kegiatan kajian Ustaz Hanan Attaki tanggal 08 Maret 2025 yang menjadi fokus penelitian. Konten yang didokumentasikan meliputi unggahan yang menampilkan keterlibatan volunteer dalam persiapan acara, pelaksanaan kegiatan, aktivitas kepanitiaan, serta interaksi antarvolunteer.

Seluruh dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini telah memperoleh persetujuan dari masing – masing informan. Sebelum melakukan pengambilan dan penggunaan tangkapan layar *Instagram Story* sebagai data penelitian, peneliti terlebih dahulu meminta izin kepada informan untuk menjaga etika penelitian serta melindungi privasi dan hak kepemilikan konten yang dimiliki informan. Selanjutnya, dokumentasi tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk membantu proses analisis motivasi volunteer dalam membagikan aktivitas kajian Ustaz Hanan Attaki melalui *Instagram Story*

Melalui kombinasi kedua teknik ini, peneliti dapat memperoleh data yang kaya dan komprehensif, baik dari apa yang dikatakan volunteer (melalui wawancara), maupun dari apa yang mereka lakukan secara nyata di media sosial (melalui dokumentasi).

#### **4. Teknik Validasi Data**

Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini akurat, kredibel, dan dapat dipertanggungjawabkan, peneliti menggunakan

teknik triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data. Validasi dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Peneliti melakukan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dari beberapa volunteer yang menjadi informan penelitian. Cara ini dilakukan untuk melihat konsistensi jawaban antarinforman mengenai motivasi menggunakan Instagram, strategi yang digunakan, serta bagaimana mereka memahami peran sebagai volunteer dalam kegiatan dakwah Ustaz Hanan Attaki. Apabila dari wawancara beberapa volunteer ditemukan pola jawaban yang serupa, maka data tersebut dapat dianggap valid dan mewakili fenomena yang diteliti.

Selain itu, peneliti menggunakan triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi. Data mengenai motivasi dan pemenuhan kebutuhan penggunaan Instagram tidak hanya diperoleh dari wawancara, tetapi juga dibandingkan dengan dokumentasi Story yang diunggah informan. Misalnya, apabila volunteer menyatakan bahwa unggahan mereka bertujuan membangun citra diri sebagai individu yang aktif berdakwah, maka peneliti akan mengecek konten story, feed, caption, dan engagement untuk melihat kesesuaian antara pernyataan dan tindakan.

Dengan menggabungkan wawancara, dan dokumentasi, peneliti memastikan bahwa analisis tidak hanya bergantung pada persepsi informan,

tetapi juga pada bukti visual dan perilaku yang tampak. Proses triangulasi ini menjadikan data lebih kuat, holistik, dan kredibel.

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap mengikuti model analisis interaktif Miles & Huberman yang terdiri dari tiga proses utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Ketiga tahapan ini berlangsung secara siklus selama proses penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga penyusunan hasil penelitian.

Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengorganisasi data mentah yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi. Khusus pada data dokumentasi, tidak seluruh unggahan *Instagram Story* informan digunakan dalam proses analisis. Peneliti hanya memilih unggahan yang berkaitan langsung dengan aktivitas volunteering kegiatan kajian Ustaz Hanan Attaki di Yogyakarta pada 08 Maret 2025.

*Instagram Story* yang dipertahankan dalam analisis meliputi unggahan yang memnunjukkan keterlibatan informan sebagai volunteer, seperti dokumentasi persiapan acara, pelaksanaan tugas kepanitiaan, interaksi volunteer, serta dokumentasi Bersama seluruh panitia yang bertugas.

Sebaliknya, unggahan *Instagram Story* yang tidak berkaitan dengan kegiatan volunteering, seperti aktivitas pribadi diluar kajian, konten hiburan, promosi, dan unggahan kegiatan sehari – hari yang tidak relevan

dengan fokus penelitian, tidak dimasukkan ke dalam proses analisis. Data tersebut dieliminasi karena tidak memberikan informasi yang berkaitan dengan motivasi volunteer dalam membagikan aktivitas kajian melalui *Instagram Story*.

Selanjutnya untuk data wawancara, setelah data wawancara diperoleh, peneliti melakukan proses coding untuk mengelompokkan data berdasarkan tema – tema yang relevan dengan fokus penelitian. Proses coding dilakukan secara bertahap untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola dan makna yang muncul dari hasil wawancara.

Tahap pertama Adalah *open coding*, yaitu memberikan kode pada setiap pernyataan informan yang berkaitan dengan motivasi membagikan aktivitas kajian melalui *Instagram Story*. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi kata kunci, ungkapan, maupun pernyataan yang menunjukkan alasan atau motivasi informan dalam mengunggah konten.

Tahap kedua Adalah *axial coding*, yaitu mengelompokkan kode yang memiliki kesamaan makna ke dalam kategori yang lebih luas. Kode – kode yang telah ditemukan kemudian dikelompokkan berdasarkan tema yang sesuai dengan konsep Uses and Gratifications Theory, seperti identitas personal, ekspresi diri, interaksi sosial, pengakuan dan apresiasi, serta informasi dan pengetahuan.

Tahap ketiga Adalah *selective coding*, yaitu proses pemilihan dan penentuan kategori utama yang menjadi fokus analisis penelitian. Pada tahap ini, peneliti menghubungkan temuan – temuan yang telah

dikelompokkan sebelumnya untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai motivasi volunteer dalam membagikan aktivitas kajian Ustaz Hanan Attaki melalui *Instagram Story*. Data yang tidak relevan dengan fokus penelitian disisihkan untuk menjaga agar hasil analisis tetap terarah.

Setelah proses transkrip wawancara dilakukan, peneliti menerapkan Teknik deductive coding dengan menggunakan kategori yang telah ditetapkan berdasarkan Uses and Gratifications Theory sebagai kerangka analisis. Setiap data yang diperoleh dari informan kemudian diidentifikasi, diberi kode, dan dikelompokkan ke dalam lima kategori gratifikasi, yaitu identitas personal, ekspresi diri, interaksi sosial, pengakuan dan apresiasi, serta informasi dan pengetahuan. Hasil pengelompokan tersebut selanjutnya dianalisis untuk memahami motivasi volunteer dalam membagikan aktivitas kajian Ustaz Hanan Attaki melalui *Instagram Story*.

Setelah data direduksi, tahap selanjutnya adalah penyajian data. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang sudah direduksi ke dalam bentuk narasi, kutipan wawancara, serta tabel dan temuan visual seperti tangkapan layar unggahan Instagram. Penyajian data dilakukan agar peneliti dapat melihat hubungan antar temuan secara lebih jelas dan sistematis, sehingga dapat memudahkan proses penafsiran terhadap motivasi dan bentuk pemenuhan gratifikasi volunteer dalam membagikan aktivitas kajian melalui *Instagram Story*..

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, peneliti melakukan interpretasi terhadap temuan penelitian berdasarkan data yang telah disajikan dan dikaitkan dengan *Uses and Gratifications Theory*. Kesimpulan yang dihasilkan merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian, sekaligus menggambarkan pemaknaan motivasi volunteer dalam menggunakan akun Instagram. Proses verifikasi dilakukan secara berkelanjutan dengan membandingkan kesimpulan awal dan data di lapangan untuk memastikan bahwa hasil penelitian bersifat valid dan konsisten.

Melalui serangkaian proses ini, analisis data tidak hanya menghasilkan pemahaman deskriptif, tetapi juga interpretatif terhadap fenomena yang diteliti.

## **6. Etika Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti memperhatikan aspek – aspek etika penelitian untuk menjaga hak, kenyamanan, dan privasi informan selama proses pengumpulan data berlangsung. Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu menjelaskan tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta bentuk partisipasi yang diharapkan dari informan. Informan diberikan kebebasan untuk menentukan kesediannya dalam berpartisipasi tanpa adanya unsur paksaan dari pihak manapun.

Persetujuan informan diperoleh sebelum proses wawancara dan dokumentasi dilakukan. Peneliti juga menjelaskan bahwa data yang diberikan oleh informan hanya digunakan untuk kepentingan akademik dan

penelitian. Informan memiliki hak untuk menolak menjawab pertanyaan tertentu maupun menghentikan partisipasi mereka dalam penelitian apabila merasa tidak nyaman selama proses penelitian berlangsung.

Selain data wawancara, penelitian ini juga menggunakan dokumentasi berupa tangkapan layar *Instagram Story* yang berkaitan dengan aktivitas volunteer dalam kegiatan kajian Ustaz Hanan Attaki. Penggunaan dokumentasi tersebut telah memperoleh izin dari masing – masing informan sebelum digunakan sebagai data penelitian. Peneliti memastikan bahwa dokumentasi yang digunakan hanya dimanfaatkan untuk kepentingan penelitian dan tidak disebarluaskan untuk tujuan lain di luar kepentingan akademik.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memanfaatkan aplikasi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*), yaitu *ChatGPT (OpenAI)*, sebagai alat bantu pada tahap penulisan. Pemanfaatan AI dilakukan secara terbatas untuk membantu menyusun kalimat yang lebih efektif, melakukan parafrase, memperbaiki tata bahasa, serta memberikan masukan mengenai struktur penulisan akademik.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini disusun dalam beberapa bab yang saling berkaitan secara sistematis untuk memberikan alur penjelasan yang runtut dan terarah. Terdiri dari empat bab, yaitu sebagai berikut :

### **1. Bab I Pendahuluan**

Bab I berisi latar belakang penelitian yang menjelaskan penggunaan Instagram Story oleh volunteer dalam kegiatan Sharing Time bersama Ustaz Hanan Attaki sebagai dasar dilaksanakannya penelitian. Pada bab ini juga dipaparkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Melalui bab ini, peneliti menjelaskan alasan pentingnya penelitian dilakukan sekaligus menunjukkan posisi penelitian di antara penelitian terdahulu. Dengan demikian, Bab I menjadi landasan awal yang mengarahkan keseluruhan proses penelitian.

## **2. Bab II Gambaran Umum**

Bab II memuat gambaran umum mengenai objek penelitian sekaligus landasan konseptual yang mendukung penelitian. Pembahasan diawali dengan profil Sharing Time, Ayah Amanah sebagai penyelenggara, tujuan program, serta posisi Ustaz Hanan Attaki dalam kegiatan Sharing Time. Selanjutnya dipaparkan gambaran pelaksanaan kajian Sharing Time di Yogyakarta, penggunaan Instagram Story dalam konteks penelitian, serta profil informan yang menjadi subjek penelitian.

Selain itu, bab ini juga menguraikan konsep-konsep yang menjadi dasar analisis penelitian, seperti media sosial, Instagram Story, volunteer dalam kegiatan dakwah, serta Uses and Gratifications Theory. Landasan tersebut digunakan sebagai acuan dalam menganalisis motivasi volunteer mengunggah Instagram Story pada bab berikutnya.

## **3. Bab III Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini, peneliti menyajikan hasil analisis terhadap motivasi volunteer dalam membagikan kajian Ustaz Hanan Attaki di *Instagram Story*. Analisis dilakukan dengan menggunakan *Uses and Gratifications Theory* yang menguraikan bagaimana unggahan para volunteer tidak hanya menjadi bentuk dokumentasi visual, tetapi juga sarana pemenuhan berbagai gratifikasi. Bab ini menjadi bagian inti karena berisi temuan-temuan penelitian yang menjawab rumusan masalah, kemudian dianalisis untuk mengetahui bagaimana motivasi volunteer dalam menggunakan Instagram pribadi mereka sebagai sumber informasi dan pemenuhan kebutuhan komunikasi tertentu.

#### 4. Bab IV Penutup

Terakhir, Bab IV Penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian mengenai motivasi volunteer dalam membagikan kajian Ustaz Hanan Attaki di *Instagram Story* yang telah dilakukan. Pada bagian ini, peneliti merangkum temuan – temuan utama mengenai motivasi volunteer dalam membagikan aktivitas kajian Ustaz Hanan Attaki melalui *Instagram Story* berdasarkan perspektif *Uses and Gratifications Theory*.

Selain Kesimpulan, bab ini juga memuat saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait, baik praktis maupun untuk penelitian selanjutnya. Saran yang diberikan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan kegiatan dakwah digital serta penelitian – penelitian yang berkaitan dengan penggunaan media sosial di kalangan generasi Z. Dengan demikian, bab penutup tidak hanya berfungsi sebagai akhir dari penelitian,

tetapi juga menegaskan kontribusi penelitian terhadap pengembangan ilmu komunikasi dan praktik pengelolaan media sosial.



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa penggunaan *Instagram Story* oleh volunteer dalam kegiatan *Sharing Time* Ustaz Hanan Attaki tidak dilandasi oleh satu alasan saja. Keputusan untuk mengunggah Story muncul dari berbagai kebutuhan yang saling berkaitan dan berkembang seiring dengan pengalaman yang mereka peroleh selama menjadi volunteer. Bagi para informan, Story bukan hanya menjadi tempat untuk mengunggah dokumentasi kegiatan, tetapi juga menjadi ruang untuk menceritakan pengalaman yang menurut mereka berkesan dan layak dibagikan kepada orang lain.

Sebelum mengunggah Story, para informan umumnya memiliki keinginan untuk menyimpan momen, membagikan pengalaman selama menjadi volunteer, serta memberikan informasi mengenai kegiatan yang sedang mereka ikuti. Kebutuhan tersebut mendorong mereka untuk memanfaatkan Instagram Story sebagai media yang mudah dan cepat untuk berbagi pengalaman.

Namun, setelah Story diunggah, para informan justru memperoleh pengalaman lain yang tidak selalu mereka rencanakan sejak awal. Sebagian di antaranya mendapatkan tanggapan dari teman, diajak berdiskusi mengenai kegiatan, memperoleh pertanyaan tentang proses menjadi volunteer, atau merasa senang karena pengalaman yang mereka bagikan ternyata bermanfaat bagi orang lain.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak semua bentuk gratifikasi muncul dengan intensitas yang sama pada setiap informan. Kebutuhan untuk membagikan pengalaman, mengekspresikan keterlibatan sebagai volunteer, dan memberikan informasi tampak hampir pada seluruh informan. Sebaliknya, pengalaman memperoleh interaksi sosial maupun respons berupa pengakuan dan apresiasi lebih bergantung pada pengalaman masing-masing setelah Story diunggah. Dengan kata lain, respons yang diterima dari orang lain bukanlah sesuatu yang selalu dicari oleh setiap informan, melainkan pengalaman yang muncul secara berbeda sesuai dengan situasi yang mereka alami.

Salah satu temuan yang menarik dari penelitian ini adalah cara para volunteer memaknai penggunaan Instagram Story dalam konteks kegiatan keagamaan. Tidak ada informan yang secara langsung menyatakan bahwa mereka mengunggah Story sebagai bentuk dakwah ataupun untuk membangun citra diri sebagai pribadi yang religius. Mereka lebih banyak memaknai unggahan tersebut sebagai cara berbagi pengalaman, mendokumentasikan keterlibatan mereka dalam kegiatan, dan memberi tahu orang lain mengenai aktivitas yang sedang mereka ikuti.

Meskipun demikian, pengalaman yang mereka bagikan secara tidak langsung membuat orang lain mengenal kegiatan *Sharing Time*, mengetahui proses menjadi volunteer, bahkan pada beberapa kasus menimbulkan ketertarikan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai kegiatan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks volunteer keagamaan, pengalaman pribadi

memiliki peran yang penting sebagai media berbagi informasi tanpa harus selalu dimaknai sebagai aktivitas dakwah yang disengaja.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa berbagai bentuk gratifikasi tersebut tidak berdiri sendiri. Ketika seorang volunteer mengunggah Story, ia dapat memenuhi beberapa kebutuhan secara bersamaan. Saat membagikan pengalaman selama kegiatan misalnya, ia sekaligus sedang menyimpan kenangan, mengekspresikan pengalaman yang bermakna, memberikan informasi kepada orang lain, membuka peluang terjadinya interaksi, dan pada situasi tertentu memperoleh apresiasi atas apa yang dibagikannya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Story* oleh volunteer merupakan pengalaman yang kompleks, di mana setiap kebutuhan saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan secara tegas.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini memiliki batasan. Penelitian hanya dilakukan pada volunteer kegiatan *Sharing Time* Ustaz Hanan Attaki di Yogyakarta yang diselenggarakan pada 8 Maret 2025 dengan jumlah informan yang terbatas. Oleh karena itu, temuan penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menggambarkan seluruh perilaku volunteer dalam kegiatan dakwah maupun seluruh pengguna *Instagram Story*.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Story* oleh volunteer bukan sekadar aktivitas membagikan dokumentasi kegiatan, melainkan merupakan proses pemenuhan kebutuhan yang berkembang dari sebelum hingga setelah unggahan dipublikasikan. Pengalaman sebagai volunteer menjadi konteks yang membentuk cara mereka memanfaatkan *Instagram Story* untuk berbagi

pengalaman, berinteraksi, dan memperoleh makna dari keterlibatan mereka dalam kegiatan keagamaan.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan penelitian serta pihak – pihak yang relevan.

### **1. Saran Akademis**

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada volunteer kegiatan *Sharing Time* Ustaz Hanan Attaki di Yogyakarta dengan jumlah informan yang terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan lebih banyak informan dari berbagai daerah atau kegiatan dakwah yang berbeda agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai penggunaan *Instagram Story* oleh volunteer.

Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan pembahasan dari sudut pandang yang berbeda. Misalnya, meneliti bagaimana audiens memaknai unggahan *Instagram Story* para volunteer, bagaimana penyelenggara melihat peran media sosial dalam kegiatan volunteering, atau membandingkan pengalaman volunteer pada kegiatan dakwah yang berbeda. Dengan demikian, kajian mengenai penggunaan *Instagram Story* dalam konteks volunteer keagamaan dapat berkembang lebih luas dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam.

## 2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, penulis melihat bahwa penggunaan *Instagram Story* oleh volunteer dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan kegiatan *Sharing Time* kepada masyarakat melalui pengalaman yang mereka bagikan. Oleh karena itu, penyelenggara dapat mempertimbangkan untuk memberikan panduan singkat mengenai dokumentasi dan publikasi di media sosial. Panduan tersebut dapat mencakup etika dalam mengambil dokumentasi, informasi yang dapat dibagikan kepada publik, serta pentingnya menjaga kenyamanan dan privasi peserta maupun sesama volunteer. Dengan adanya panduan tersebut, volunteer tetap memiliki kebebasan untuk berbagi pengalaman melalui akun pribadi, tetapi tetap memahami batasan yang perlu diperhatikan.

Bagi para volunteer, hasil penelitian menunjukkan bahwa unggahan *Instagram Story* tidak hanya menjadi dokumentasi pribadi, tetapi juga dapat menjadi sumber informasi bagi orang lain yang ingin mengetahui kegiatan *Sharing Time*. Oleh karena itu, volunteer diharapkan lebih bijak dalam memilih dokumentasi yang akan dibagikan, terutama ketika unggahan melibatkan orang lain atau memuat informasi tertentu. Selain memperhatikan etika dan privasi, volunteer juga dapat memastikan bahwa informasi yang dibagikan sesuai dengan kondisi kegiatan sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi orang yang melihat Story tersebut. Diharapkan dapat menggunakan media sosial secara bijak dan produktif, bukan hanya sebagai media hiburan dan dokumentasi pribadi,

tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan nilai – nilai positif kepada Masyarakat luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, Reyuni, Br Barus, and Hedi Pudjo santoso. "Hubungan Intensitas Melihat Instagram Story Dan Intensitas Komunikasi Antar Pengguna Dengan Perilaku Mengunggah Instagram Story." *Interaksi Online* 6, no. 4 (2018): 103–23. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21607>.
- Cappa, Paolo, Fabrizio Patanè, and Salvatore Sciuto. "Online Evaluation of the Quality of the Operating Rooms and Intensive Care Units Environment by Means of Distributed Measuring Networks." *Journal of Clinical Engineering* 30 (June 2005): 91–93. <https://doi.org/10.1097/00004669-200504000-00044>.
- Cho, Meehee, Mark A Bonn, and Su Jin Han. "Generation Z ' s Sustainable Volunteering : Motivations , Attitudes and Job Performance," no. 2014 (2018): 1–16. <https://doi.org/10.3390/su10051400>.
- Cut Sri Wahyuni. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah." *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3 (2022): 4522–28.
- Dewidianto, Resdia, Manalullaili Manalullaili, and Chairunnisah Putri Ayu Ningsih. "Peran Komunikasi Organisasi Dalam Event Organizer (Studi Pada Event Organizer Soundtrack Indonesia Kota Palembang)." *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital* 1, no. 4 (2024): 10. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.2771>.
- Huang, Yi-ting. "Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults," 2018. <https://doi.org/10.3390/fi10080077>.
- Ismail, Indriani. "Pendekatan Kualitatif," n.d.
- Kasirye, Faiswal. "The Importance of Needs in Uses and Gratification Theory," 1974.
- Lestari, Devi Rianti. "Studi Motif Penggunaan Instastory Pengurus Kinesik Periode 2015-2016." *Kinesik* 6, no. 2 (2019): 127–39. <https://doi.org/10.22487/ejk.v6i2.76>.
- Mazlin, Rosa Melyna, Luluk Fikri, Zuhriyah Nur, and Najmy Hanifah. "Komodifikasi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram" 7, no. April (2025): 1–12. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v7i1.36108>.
- Menon, Devadas. "Updating 'Stories' on Social Media and Its Relationships to Contextual Age and Narcissism: A Tale of Three Platforms – WhatsApp, Instagram and Facebook." *Heliyon* 8, no. 5 (2022): e09412. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09412>.
- Nur Hikmah Indriani, Zelfia. "ANALISIS ISI FITUR INSTAGRAM STORIES SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA MAKASSAR Content Analysis Of Instagram Stories Features As Interpersonal Communication Media For Instagram Users In Makassar City" 4 (2022): 150–57.

- Nusantara, *Jurnalsosiologi, Studi Sosiologi, and Universitas Sumatera Utara*. “JurnalSosiologi Nusantara Vol 9, No 1, Tahun 2023” 9, no. 1 (2023): 111–20.
- Putu, Ni, Evi Wijayanti, Putu Ayu Aryasih, Ni Komang, Anggy Septiani, Laras Ayu, and Esty Nariswari. “Voluntourism : Motivations of Gen Z Participants in Bali” 6, no. 1 (2024): 191–99.
- Rahayu, Mundi, Vita Nur Santi, and Ma Munjiah. “صلاخ ظعولا يف قيبعشلا ةفاقتلا” مادختسا فاشكتسا بلا يلاحلا ثحبلا فدهي رثكلا نييملاسلا ةاعدلا دحاً هرابتعاب . يكتأ نانح ذاتسلاً هاقلاً يذلاً ، قيبعشلا ةفاقتلا رصانع يكتأ نانح ذاتسلاً قبطني ، ايسينودنا يف قيبعش ، بابشلا ءايزأو 25 ، بقبسولماو ، ةيزيلجنلا تاحلطصلماو ” no. 2 (2025). <https://doi.org/10.24252/jad.v25i2a6>.
- Sikumbang, Kartini, Widya Ramadhina, Emi Riska Yani, Della Arika, Nazmi Hayati, Nur Aini Hasibuan, and Bagus Gigih Permana. “Peranan Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial Dan Etika Pada Generasi Z.” *Journal on Education* 6, no. 2 (2024): 11029–37. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>.
- Ulfah, Novia Marida, and Yolivia Irna Aviani. “Hubungan Antara Kesenian Dengan Online Self-Disclosure Pada Remaja Yang Menggunakan Instagram Di Bukittinggi.” *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 4, no. 2 (2023): 1448–58. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i2.365>.
- Whiting, Anita, and David Williams. “Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach.” *Qualitative Market Research: An International Journal* 16, no. 4 (2013): 362–69. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia.
- Kompas Bungin, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Drestya, Kencana Dyane Aulia. 2014. *Motif menggunakan social media path pada mahasiswa di Surabaya*. Surabaya : Universitas Airlangga.

