

**Pengaruh Terpaan Konten Media Sosial Instagram @Voluntrip.Kitabisa  
Terhadap Keputusan Berpartisipasi Generasi Z (Studi Pada *Followers*  
Instagram @Voluntrip.Kitabisa)**

**Oleh Naqid Diya Madinah Muntaha**

**ABSTRAK**

Media sosial instagram memberikan banyak informasi, salah satunya adalah informasi mengenai kegiatan sosial, namun dengan banyaknya informasi tersebut generasi Z masih kurang peduli dan kurang terlibat dalam kegiatan sosial. Voluntrip by Kitabisa hadir sebagai salah satu komunitas yang mengadakan kegiatan sosial dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu wadah promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan konten media sosial instagram @voluntrip.kitabisa terhadap keputusan berpartisipasi generasi Z. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Activation Theory of Information Exposure* (pesan yang mengandung baru, kreatif, mengandung emosional, dan membangkitkan secara fisik sebagai sumber stimulasi bagi audiens mampu mempengaruhi sikap audiens). Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei dengan mengambil populasi *followers* instagram @voluntrip.kitabisa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria pengambilan responden meliputi *followers* @voluntrip.kitabisa, generasi Z berusia 18-24 tahun, dan pernah mengikuti program Voluntrip. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dari rumus *Taro Yamane*. Hasil penelitian menunjukkan sebesar 64,6 persen keputusan berpartisipasi generasi Z dipengaruhi oleh terpaan konten media sosial instagram @voluntrip.kitabisa dan sebanyak 35,4 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Dimensi tertinggi dari penelitian ini adalah *Utilitarianisme* dengan nilai indeks sebesar 87,33 persen dan Pasca Pengambilan Keputusan dengan nilai indeks sebesar 87,75 persen. Dimensi terendah yaitu *Involvement* dengan nilai indeks sebesar 79,43 pesen dan Evaluasi Alternatif sebesar 77,33 persen. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa semakin besar terpaan konten media sosial instagram @voluntrip.kitabisa, semakin tinggi keputusan berpartisipasi generasi Z.

**Kata Kunci: Kegiatan Sosial, Keputusan Berpartisipasi, Media sosial Instagram, Terpaan Media**

**The Influence Of Exposure To Instagram Social Media Content  
@Voluntrip.Kitabisa On Generation Z's Decision To Participate (Study On  
Instagram Followers @Voluntrip.Kitabisa)**

**By Naqid Diya Madinah Muntaha**

**ABSTRACT**

*Instagram social media provides a lot of information, one of which is information about social activities, but with this abundance of information, generation Z still cares less and is less involved in social activities. Voluntrip by Kitabisa is present as a community that holds social activities using social media as a promotional platform. This research aims to determine the influence of exposure to social media content Instagram @voluntrip.kitabisa on generation Z participation decisions. The theory used in this research is Activation Theory of Information Exposure (messages that are new, creative, emotionally charged and physically arousing as a source stimulation for the audience can influence the audience's attitudes). This research method is quantitative with a survey method by taking the population of Instagram followers @voluntrip.kitabisa. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method. The criteria for selecting respondents include followers of @voluntrip.kitabisa, generation Z aged 18-24 years, and have participated in the Voluntrip program. The sample in this study was 100 respondents from the Taro Yamane formula. The research results showed that 64.6 percent of generation Z participation decisions were influenced by exposure to social media content on Instagram @voluntrip.kitabisa and the remaining 35.4 percent were influenced by other factors outside this research. The highest dimension of this research is Utilitarianism with an index value of 87.33 percent and Post-Decision Making with an index value of 87.75 percent. The lowest dimension is Engagement with an index value of 79.43 percent and Alternative Evaluation of 77.33 percent. The results of the hypothesis test show that the greater the exposure to Instagram social media content @voluntrip.kitabisa, the higher the decision to participate in generation Z.*

***Keywords: Social Activities, Decision to Participate, Social Media Instagram, Media Exposure***