

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Dewasa ini kehidupan yang berjalan dinamis menjadikan banyaknya perubahan yang terjadi disekitar kehidupan manusia. Perubahan yang terjadi juga dirasakan pada perubahan perilaku dalam cara menolong. Perilaku menolong dalam Ilmu Psikologi disebut juga sebagai perilaku prososial. Menurut Eisenberg, Spinrad, Taylor, dan Liew (2019) perilaku prososial adalah perilaku menolong yang segala tindakannya tidak dimotivasi oleh kepentingan pribadi, dan tanpa mengharapkan imbalan untuk si penolong itu sendiri.

Perilaku prososial terjadi pada segala jenis lapisan masyarakat. Hal ini juga terjadi pada saat terjadi perubahan teknologi. Perilaku prososial tetap berjalan sebagaimana intinya yaitu tanpa mengharapkan imbalan pribadi, namun dengan cara yang berbeda. Perilaku prososial umumnya adalah tindakan menolong yang dilakukan secara langsung dengan bertemu orang yang akan dibantunya secara langsung (Layous, Nelson, Oberle, Schonert-Reichl, & Lyubomirsky, 2012). Dalam konteks Psikologi Sosial perilaku prososial adalah segala bentuk tindakan yang mampu menguntungkan orang lain tanpa mencari keuntungan bagi diri sendiri dan atau mampu mencelakakan diri sendiri (Baron & Byrne, 2005).

Seiring dengan kehidupan yang berjalan dinamis munculah perilaku prososial yang aktivitasnya dilaksanakan secara *online* melalui bantuan teknologi internet. Menurut Ernst, Hock, dan Mainz (2017), perilaku prososial yang terjadi dengan adanya dukungan internet disebut dengan perilaku prososial *online*. Aktivitas perilaku prososial *online* meliputi segala kegiatan yang bersifat untuk memberikan dukungan atau bantuan terhadap suatu kejadian yang didukung oleh *platform* yang disediakan di internet (Sproull, Conley, & Moon, 2002). Aktivitas *online* yang

disediakan oleh internet membawa dampak yang cukup signifikan terhadap perubahan perilaku manusia (Gifary,2015).

Perubahan perilaku prososial yang awalnya tidak memanfaatkan teknologi internet (*online*) kini sudah memanfaatkan teknologi tersebut, berbanding lurus dengan sejarah dimana perubahan perilaku manusia sudah mulai terjadi semenjak jaman revolusi Industri, dimana pada saat itu tenaga manusia diubah menjadi tenaga mesin. Hal ini memberikan dampak juga terhadap perubahan perilaku manusia (Rao,2011). Hingga pada akhirnya jaman semakin berkembang hingga memasuki teknologi 4.0 yang mana internet semakin memudahkan akses kehidupan manusia (Florida,1991). Hal tersebut tidak dapat dihindari karena pada akhirnya manusia sangat akrab dengan teknologi internet di dalam setiap kehidupannya. Hingga kini perkembangan teknologi yang sudah memasuki masa teknologi 4.0 mulai dikuasai oleh kelompok generasi milineal. Kelompok generasi milenial inilah yang hampir seluruh kehidupannya dikuasai oleh aktivitas *online* yang mana memerlukan dukungan internet (Hoover, 2009).

Perubahan perilaku manusia akibat dari perkembangan teknologi juga terjadi dalam aktivitas perilaku prososial. Seperti halnya dalam perilaku prososial, yang menurut Baron (2006) adalah perilaku menolong secara langsung. Adanya perubahan teknologi membawa perubahan aktivitas dalam bentuk perilaku menolong. Jika pada akhirnya aktivitas *online* semakin mendominasi di era generasi milenial, Guo, Sun, dan Li (2018) menyatakan bahwa perilaku memberikan dukungan secara *online* termasuk dalam perilaku prososial. Bentuk yang dilakukan bukan hanya memberikan dukungan secara *online* saja yang dapat dikategorikan ke dalam perilaku prososial *online*, tetapi masih banyak aktivitas lain yang dapat ditemukan pada saat ini. Oleh karena itu, untuk mengupas fenomena- fenomena apa saja yang dapat digali dalam perilaku prososial *online*. Maka munculah rasa

penasaran dari peneliti untuk mengungkap kembali tentang perilaku prososial *online* di media sosial yang dilakukan oleh generasi milenial.

Pemaparan diatas memberikan gambaran bahwa nampaknya ada kesenjangan antara *das sein* dan *das sollen* dalam konteks perilaku prososial. Jika harapannya (*das sein*), menjadikan perilaku prososial adalah segala aktivitas yang dilakukan individu dalam memberikan bantuan atau dukungan secara langsung (*man to man*) tanpa dijelaskan adanya bantuan teknologi internet. Seiring dengan perkembangan teknologi khususnya internet, perilaku prososial ini semakin banyak ditemukan secara *online* dan hampir tidak mungkin dilakukan secara (*man to man*), karena pasti di dalamnya ada pihak ketiga yang biasanya disebut dengan *third parties*. Hal ini diperkuat juga dengan adanya penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sproull dkk (2002) tentang perilaku prososial *online* di internet, disebutkan bahwa faktor perkembangan teknologi khususnya internet membawa fenomena baru yaitu perilaku prososial *online*.

Melihat perbedaan antara harapan dan realitas dari perilaku prososial memang terlihat ada perbedaan antara perilaku prososial dengan perilaku prososial *online*. Perbedaan terlihat dari sarana dan keterlibatan orang yang terlibat di dalam aktivitas tersebut. Jika, melihat perbedaan perilaku prososial yang dilihat dari jenis kelamin juga ada perbedaan. Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Renata dan Parmitasari (2016) terhadap Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, menyebutkan jika ada perbedaan perilaku prososial antara perempuan dan laki-laki, dimana perempuan melakukan perilaku prososial lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Penelitian lain dari Zakiroh (2013) yang dilakukan di Jombang tentang perilaku prososial di unit-unit kegiatan mahasiswa menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam melakukan prososial antara perempuan dan laki-laki. Hal ini juga yang menjadikan alasan lain sebagai latar belakang penelitian ini, apakah jika di

dalam perilaku prososial *online* juga terdapat perbedaan yang dilihat dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Realita yang ditemukan di sekitaran masyarakat saat ini, hampir semua kehidupan manusia telah dikuasai oleh kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi yang paling banyak berperan adalah internet. Menurut Nielsen (dikutip dari Ester, 2016) berdasarkan penetrasi internet yang ada di beberapa negara, kemajuan teknologi internet menjadikan perubahan perilaku pada kehidupan bermasyarakat. Perubahan perilaku paling banyak dirasakan terjadi pada generasi milenial, karena generasi ini adalah generasi yang paling akrab dengan internet (Ericsson dalam Ester, 2016).

Generasi milenial adalah kelompok demografi penduduk berdasarkan tahun kelahiran. Hoover (2009) mengelompokkan generasi milenial lahir antara tahun 1989 sampai 2004. Karakteristik generasi milenial ini ditandai dengan hampir seluruh aktivitas kehidupannya ditopang dengan teknologi internet (Ericsson dalam Ester, 2016). Selain itu, Hoover (2009) juga menyatakan bahwa generasi milenial menguasai sistem teknologi yang disebut dengan internet. Hal ini juga di dukung oleh data dari APJII (2017) atau yang biasa disebut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang menyatakan jumlah pengguna internet di Indonesia di dominasi oleh generasi milenial.

Data APJII (2017) menyebutkan penetrasi pengguna internet di Indonesia sebanyak 143,26 juta pengguna dan 86,2% diantaranya adalah kelompok usia 15 sampai 30 tahun yang termasuk di dalam kelompok generasi milenial. Aktivitas yang paling sering dilakukan oleh generasi milenial saat ini adalah penggunaan media sosial, dengan jumlah presentase sebanyak 87,13%.

Media sosial dinilai sebagai media yang memiliki pengaruh besar. Hal ini diperkuat oleh data yang menyebutkan bahwa 40% dari populasi di dunia aktif

menggunakan media sosial (Brown, 2018). Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia diantaranya adalah: Instagram,Whatsapp,Line, Facebook dan Youtube (WeAreSocial.net & Hootsuite, 2017). Aktivitas di media sosial sangat beragam. Saat ini media sosial banyak dimanfaatkan oleh pengelola jasa internet sebagai sarana dalam melakukan aktivitas prososial *online*, khususnya dalam melakukan donasi *online*. Menurut Wardani (2018), di Indonesia ada beberapa situs yang banyak digunakan sebagai wadah untuk melakukan donasi *online* diantaranya adalah: Kitabisa.com, Rumah zakat, Aksi Cepat Tanggap (ACT), Indorelawan.org, dan *Change.org*.

Menurut Alfatih (dalam Wijayani, 2016) penggalangan dana secara *online* saat ini diminati oleh masyarakat Indonesia. Hal ini diperkuat dengan data yang dikumpulkan dari situs Kitabisa.com yang menyebutkan bahwa sebanyak dua ribu kampanye penggalangan dana telah dikumpulkan, dan mayoritas masyarakat Indonesia mengetahui aktivitas ini berasal dari media sosial. Data dari halaman Aksi Cepat Tanggap pada tahun 2017 menyebutkan jumlah donasi *online* yang terkumpul untuk sektor bencana alam sebanyak Rp.18,292,394,387 dari pengguna jasa media sosial.

Aktivitas di media sosial juga dianggap memberikan kemudahan penyampaian informasi. Kemudahan penyampaian informasi ini juga memberikan dampak yang cukup signifikan ketika sedang terjadi bencana alam di suatu daerah. Argumentasi tersebut diperkuat oleh berita yang diterbitkan oleh Kumparan (2019) yang menyatakan bahwa pengguna media sosial ramai-ramai menyampaikan informasi mengenai bencana alam di Lombok dengan fitur tanda tagar. Penelitian Sproull, Conley, dan Moon (2002) memperkuat argumentasi yang ada bahwa pada saat terjadi bencana gempa bumi dan tsunami, fitur tanda tagar menjadi mesin yang paling digunakan dalam penyebaran informasi di media sosial.

Ngazis (2019) juga memperkuat jika media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membantu ketika terjadi suatu bencana di suatu daerah. Fitur yang disediakan di media sosial seperti fitur tanda tagar, menjadikan penyebaran informasi menjadi cepat tersebar ketika sedang terjadi sebuah bencana di suatu daerah. Pemaparan ini diperkuat dengan data bahwa rata-rata pengguna media sosial menghabiskan waktunya sebanyak dua jam sehari untuk membagikan, menyukai, dan menulis cuitan, artinya sekitar setengah juta aktivitas terjadi di media sosial dalam waktu satu menit (Brown,2018). Oleh karena itu, aktivitas yang terjadi di media sosial dianggap paling efektif dalam memberikan bantuan ketika terjadi suatu peristiwa yang salah satunya adalah bencana di suatu daerah.

Bencana alam sering terjadi di Indonesia. Saat ini Indonesia dinobatkan menjadi negara rawan bencana. Hal ini dilansir oleh data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB, 2017) yang menyatakan bahwa Indonesia adalah negara yang secara geografis merupakan negara kepulauan. Indonesia terletak pada pertemuan empat lempeng tektonik. Kondisi seperti ini yang menyebabkan Indonesia menjadi negara rawan bencana. Data BNPB (2017) menyebutkan bahwa terdapat lebih dari 210 bencana tsunami dan 250 bencana gempa bumi yang terjadi di Indonesia dalam kurun waktu 1600 sampai 2000. Pemanfaatan teknologi terutama media sosial sangat penting dalam mendapatkan bantuan saat terjadi bencana alam yang parah seperti tsunami dan gempa bumi. Bantuan informasi ini menjadikan aksi cepat tanggap baik masyarakat sekitar ataupun internasional dengan bantuan pemanfaatan media sosial (BNPB, 2017).

Bencana alam yang terjadi di suatu daerah merupakan hal yang tidak bisa dihindari oleh siapapun. Menurut Sara (2015), kemudahan informasi ketika terjadi suatu bencana di suatu daerah menjadikan sebagai salah satu sumber daya yang paling dibutuhkan. Menurut Ngazis (2019), hal ini diperkuat dengan jumlah unggahan

yang dilakukan oleh generasi milenial yang memuat konten mengenai bencana alam di Indonesia lebih dari seratus unggahan setiap menitnya, dan ditambah dengan tanda tagar dalam unggahan di media sosial menjadikan informasi mengenai bencana alam ini mempermudah akses dalam memberikan bantuan.

Pemanfaatan media sosial sebagai media untuk melakukan tindakan prososial bukan hanya terfokus pada pemberian bantuan pada korban bencana alam. Tindakan prososial dengan memberikan bantuan juga memberikan dampak positif pada sektor lainnya, seperti sektor kesehatan pendidikan, maupun petisi *online* sebagai wujud memberikan dukungan terhadap peristiwa tertentu. Hal ini ditunjukkan dengan adanya data pada tanggal 28 April 2019 sebanyak 1.809.726 orang telah menjadi donator pada situs kitabisa.com. Pada situs kitabisa.com pendonor menyumbangkan ke beberapa kategori diantaranya: donasi beasiswa dan pendidikan, donasi difabel, donasi balita dan anak sakit, donasi bantuan medis dan kesehatan, donasi menolong hewan, donasi kegiatan sosial, donasi kemanusiaan, donasi rumah ibadah, dan lain sebagainya.

Proses memberikan bantuan melalui media sosial tidak lepas dengan adanya peran perilaku prososial bagi individu yang melakukannya. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara *online* kepada tiga orang responden berdomisili di pulau Jawa dan dari latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda ketiga responden tersebut juga pengguna aktif media sosial. Peneliti menggali informasi berupa apakah responden pernah melakukan aktivitas prososial di media sosial dengan melakukan donasi *online*, memberikan klik untuk donasi, atau melakukan penyebaran informasi berupa unggahan di media sosial dengan konteks memberikan bantuan atau dukungan untuk peristiwa tertentu. Dari ketiga responden yang memberikan jawaban melalui wawancara *online* kepada peneliti, didapatkan informasi bahwa responden berinisial LP seorang mahasiswa berusia 21 tahun berjenis kelamin

perempuan, pernah melakukan tindakan prososial di media sosial dengan mengunggah unggahan yang berisi konten berisi tanda tagar untuk membantu korban bencana alam dengan tujuan untuk mengajak teman-teman yang membaca unggahannya mampu berempati.

“iya aku pernah bikin status #prayforpalu pas ada bencana disana, menurutku itu membantu secara tidak langsung mungkin ya, karna dengan membuat story wa seperti itu membuat teman kita juga tergerak untuk melakukan hal yang sama dan itu seperti rasa empati terhadap musibah sekaligus kita mendoakan. Walaupun tidak bisa membantu secara langsung, tapi dengan membuat status #prayforpalu rasanya kita ikut prihatin gitu”.

Responden kedua berinisial WK seorang fotografer pria berusia 24 tahun pernah melakukan tindakan prososial *online* di media sosial yang dimilikinya dengan cara menyukai dan mengunggah unggahan di media sosial miliknya, yang berisikan konten tanda tagar untuk membantu korban bencana. Menurut WK hal ini ia lakukan karena ingin ikut berpartisipasi dan membagikan dengan tujuan agar lebih banyak yang peduli dalam menyumbangkan bagi yang membutuhkan.

Pernah bikin postingan kaya gitu, ya soalnya ingin ikut berpartisipasi share bertujuan agar lebih banyak yang peduli dalam menyumbangkan atau bersumbang bagi mereka yang membutuhkan gituloh. Jadi selain gue posting kayak gitu karena bentuk peduli gue, harapannya orang lain juga setelah liat postingan itu jadi tergerak untuk lebih peduli lagi”

Informasi lain mengenai aktivitas perilaku prososial di media sosial didapatkan peneliti melalui unggahan yang di unggah melalui akun media sosial yang cukup terkenal di masyarakat, dengan jumlah pengikut yang cukup banyak di media sosialnya.. Salah satunya adalah akun media sosial *public figure* di Indonesia yang bernama Maia Estianty juga membuat unggahan yang berisikan doa dan dukungan untuk korban bencana di Donggala yang termasuk ke dalam bentuk prososial di media sosial. Pemberian bantuan secara *online* juga pernah dilakukan oleh responden yang lainnya dalam memberikan bantuan untuk donasi orang sakit pada situs kitabisa.com . Responden berinisial WO pria berusia 23 tahun yang saat ini masih sebagai mahasiswa, menyatakan bahwa ia pernah melakukan donasi *online* di situs kitabisa.com untuk membantu biaya pengobatan orang sakit dalam

kampanye yang diadakan disitus tersebut. Ia juga biasanya membagikan informasi mengenai kebutuhan pemberian bantuan di media sosial yang dimilikinya.

“ Aku pernah donasi online gitu di situs kitabisa.com, biasanya sih buat ngebantu orang-orang yang sakit kalau ada kampanye disana. Ya itungannya lumayan sering buat donasi online, dalam sebulan bisa sekali lah minimal. Terus suka bantu share kalo ada konten yang butuh bantuan apa gitu jugasih. Menurutku dengan melakukan hal tersebut bisa turut membantu orang lain dan aku rasa memberikan bantuan secara online apalagi donasi online gitu , mudah dilakukan di jaman sekarang”

Dari hasil wawancara *online* yang dilakukan oleh peneliti terhadap tiga responden yang ada, serta data unggahan yang di unggah oleh akun-akun media sosial yang terkenal di masyarakat. Didapatkan hasil bahwa mayoritas diantara jumlah responden yang ada hampir sama dengan penelitian yang ada sebelumnya yang dilakukan oleh Sproull, Conley, dan Moon (2002), tentang perilaku prososial di internet. Generasi milenial memiliki peran yang besar dalam penggunaan media sosial terutama dalam membuat unggahan ketika terjadi peristiwa tertentu.

Wawancara terhadap responden yang ada juga menunjukkan bahwa, aktivitas yang mereka lakukan untuk mengunggah unggahan yang berisikan konten tanda tagar pada saat bencana alam, serta memberikan donasi secara *online* semuanya didasari atas kemauan diri sendiri tanpa adanya paksaan dan dorongan dari orang lain. Seperti yang dipaparkan sebelumnya menurut Aronson, Wilson, dan Akert, (2007) perilaku membantu orang lain tanpa berdasarkan kemauan sendiri tanpa adanya dorongan maupun paksaan dari orang lain disebut dengan perilaku prososial.

Pemaparan diatas menunjukkan bahwa betapa menariknya fenomena baru mengenai perilaku prososial *online*, yang sudah banyak dilakukan oleh generasi milenial saat ini. Seperti yang telah dipaparkan diatas pada saat bencana alam terjadi saja mayoritas secara langsung membuat unggahan yang bertujuan untuk memberikan dukungan terhadap kejadian yang ada dengan asumsi bahwa dengan seperti itu mereka sudah cukup seperti membantu walau tidak bisa turun secara langsung. Selain itu, generasi milenial yang akrab dengan teknologi internet juga

terbiasa dengan perilaku prososial *online* dalam memberikan bantuan dengan didukung oleh berbagai macam situs yang telah tersedia.

Hal inilah yang mendasari peneliti ingin melakukan penelitian kembali tentang perilaku prososial *online* khususnya di media sosial pada generasi milenial. Lebih jauh lagi peneliti ingin mengetahui bentuk-bentuk apa saja yang dilakukan oleh generasi milenial dalam melakukan prososial online di media sosial, beserta *profile* nya, dan juga sebagai tambahan apakah ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam melakukan prososial *online*.

1.2. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan kajian deskriptif tentang perilaku prososial *online* di media sosial pada generasi milenial, yang dilihat dari frekuensi bentuk prososial *online*, *profile* pelaku serta sebagai tambahan apakah ada perbedaan perilaku prososial *online* dilihat dari jenis kelaminnya.

1.3. Manfaat penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat untuk:

1. Manfaat teoritis: memberikan kontribusi dalam hal pengetahuan Psikologi Sosial, terkait dengan perilaku prososial *online* di media sosial pada generasi milenial. Kontribusi ini berupa pengetahuan mengenai bentuk perilaku prososial *online*, *profile* pelaku seperti apa yang melakukan perilaku prososial *online* di media sosial, dan sebagai tambahan ada atau tidaknya perbedaan perilaku prososial *online* jika dilihat dari perbedaan jenis kelamin.
2. Manfaat praktis: memberikan sumbangan saran kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang perilaku prososial *online*, karena penelitian ini masih dianggap jarang. Memberikan saran bagi pembaca lainnya, khususnya generasi milenial agar mampu untuk mengembangkan dan memanfaatkan teknologi internet secara bijak sesuai dengan fungsinya.