

## BAB 5

### HASIL PENELITIAN DAN

#### PEMBAHASAN 5.1. Hasil penelitian

##### 5.1.1. Statistik deskriptif

Metode deskriptif statistik yang digunakan oleh peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi dari data yang sudah peneliti miliki dan menyajikan dalam uraian-uraian yang singkat dan terbatas. Metode ini juga bertujuan untuk melakukan pendistribusian frekuensi yang bertujuan mengelompokkan data dari keberagaman data yang ada.

Pendistribusian frekuensi dengan mengelompokkan data dari keberagaman data yang ada di dapatkan hasil dalam tabel berikut:

Tabel 5.01 Data *profile* umur responden

Umur	Jumlah	Persen (%)
15	2	0,8
16	7	2,8
17	11	4,4
18	29	11,6
19	20	8,0
20	27	10,8
21	67	26,8
22	59	23,6
23	10	4,0
24	10	4,0
25	4	1,6
27	1	0,4
28	1	0,4
29	1	0,4
30	1	0,4
Total	250	100

Berdasarkan data *profile* umur responden. Hasil menunjukkan bahwa partisipasi responden tertinggi dari yang berusia 21 dan 22 tahun. Serta yang paling terendah partisipasinya berasal dari responden yang berusia 27 sampai 30 tahun.

Tabel 5.02 Data *profile* jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki laki	70	28
Perempuan	180	72
Total	250	100

Berdasarkan data *profile* jenis kelamin responden. Hasil menunjukkan bahwa partisipasi responden tertinggi dari responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 180 orang yang menjadi responden. Serta responden laki-laki berjumlah 70 orang dari total keseluruhan responden yang terdapat di dalam penelitian ini.

Tabel 5.03 Data *profile* pekerjaan responden

Pekerjaan	Jumlah	Persen (%)
Auditor	1	0,4
Belum bekerja	2	0,8
Bisnis	1	0,4
Freelancer	4	1,6
Fresh Graduate	2	0,8
Guru	2	0,8
Internship	2	0,8
Karyawan swasta	7	2,8
Mahasiswa	178	71,2
Musisi	1	0,4
Part Time	2	0,8
Pegawai swasta	2	0,8
Pelajar	36	14,4
Pelatih	2	0,8
Pengusaha	1	0,4
Penyiar radio	1	0,4
R&D Executive	1	0,4
Relawan NGO	1	0,4
Teller bank swasta	1	0,4
Wiraswasta	1	0,4
Wirausaha	2	0,8
Total	250	100

Berdasarkan data *profile* pekerjaan responden. Hasil menunjukkan bahwa partisipasi responden tertinggi berasal dari responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dan pelajar, dan terendah sebagai pengusaha, penyiar radio, R&D Executive, relawan NGO, Teller bank swasta dan wiraswasta

Tabel 5.04 Data *profile* tingkat pendidikan terakhir responden

Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persen (%)
Diploma 1/2/3/4	3	1,2
S1	53	21,2
S2	1	0,4
SMA/SMK	188	75,2
SMP	5	2,0
Total	250	100

Berdasarkan data *profile* tingkat pendidikan terakhir responden. Hasil menunjukkan bahwa partisipasi responden tertinggi berasal dari yang memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK dan S1. Serta yang terendah partisipasinya berasal dari responden yang memiliki pendidikan S2.

Tabel 5.05 Data *profile* domisili responden

Domisili	Jumlah	Persen (%)
Kabupaten Semarang	91	36,4
Kota Semarang	159	63,6
Total	250	100

Berdasarkan data *profile* domisili responden. Hasil menunjukkan bahwa partisipasi responden tertinggi berasal dari Kota Semarang sebanyak 159 responden. Serta yang terendah berasal dari Kabupaten Semarang sebanyak 91 responden.

Tabel 5.06 Data *profile* media sosial yang sering digunakan responden

Media sosial yang sering digunakan	Jumlah Total	Persen (%)
Instagram	179	36,97
Line	92	19,32
Whatsapp	94	19,74
Twitter	67	14,07
Facebook	11	2,31
Snapchat	1	0,21
KakaoTalk	2	0,42
Linkedin	2	0,42
HP	1	0,21
Youtube	17	3,57
E-Katolik	1	0,21
Blued	1	0,21
Telegram	1	0,21
Pinterest	1	0,21
Hago	1	0,21
Atmago	1	0,21
Steam	1	0,21
Discord	1	0,21
9Gag	1	0,21
1CAK	1	0,21
Total	250	100

Berdasarkan data *profile* media sosial yang sering digunakan responden. Hasil menunjukkan bahwa responden tertinggi menggunakan media sosial Instagram sebanyak 179 pengguna, Whatsapp sebanyak 94 pengguna, dan Line sebanyak 92 pengguna. Sisanya, yang termasuk dalam media sosial namun penggunaannya terendah dalam penelitian ini adalah Facebook, Youtube Twitter, KakaoTalk, Snapchat, dan Telegram. Selain itu, data diatas seperti: Linkedin, HP, E-Katolik, Blued, Pinterest, Hago, Atmago, Steam, Discord, 9GAG, dan 1CAK bukanlah termasuk kedalam jenis media sosial.

Tabel 5.07 Data bentuk-bentuk perilaku prososial *online*

Bentuk-bentuk prososial online	Aitem pernyataan	Pernah (%)	Tidak pernah (%)
Donasi <i>Online</i>	Saya memberi dukungan dengan menandatangani petisi <i>online</i>	198 (79,2)	52 (20,8)
	Saya memberi donasi <i>online</i> untuk bantuan pendidikan	50 (20)	200 (80)
	Saya memberi donasi <i>online</i> untuk bantuan korban bencana alam	84 (33,6)	166 (66,4)
	Saya memberi donasi <i>online</i> untuk bantuan rumah ibadah	36 (14,4)	214 (85,6)
	Saya memberi donasi <i>online</i> untuk bantuan kesehatan	63 (25,2)	187 (74,8)
	Klik untuk donasi	Saya menjadi <i>followers</i> atau <i>subscribers</i> akun bantuan social (Kitabisa.com,ACT,Indorelawan,dll)	115 (46)
Saya memberikan tanggapan berupa like ataupun komentar pada postingan akun media sosial donasi <i>online</i> (Kitabisa.com,ACT,Indo relawan)		145 (58)	105 (42)
Saya menonton video yang diunggah oleh akun Kitabisa.com, ACT (Aksi Cepat Tanggap), atau Rumah Zakat		146 (58,4)	104 (41,6)
Saya mengunjungi website kitabisa.com, ACT(Aksi Cepat Tanggap), Rumah Zakat atau Indorelawan.org melalui halaman iklan instagram,twitter,line,atau facebook		155 (62)	95 (38)
Saya membuat status disertai link akun donasi <i>online</i> (Kitabisa.com,ACT,Rumah zakat,Indorelawan, atau change.org)		49 (19,6)	201 (80,4)
Berbagi Informasi		Saya membuat status disertai hastag di media sosial yang saya miliki (contoh:#prayforlombok)	132 (52,8)
	Saya memposting foto di media sosial untuk mendukung atau membantu suatu peristiwa tanpa adanya kepentingan politik.	145 (58)	105 (42)
	Saya me-repost informasi yang saya dapat di media sosial (misalnya:membagikan informasi yang membutuhkan donor darah)	180 (72)	70 (28)
	Saya berpartisipasi dalam kelompok diskusi <i>online</i> (misalnya: grup whatsapp atau line yang berkaitan dengan dukungan sosial)	107 (42,8)	143 (57,2)
	Saya membuat status yang berisi dukungan bagi korban bencana	155 (62)	95 (38)

Berdasarkan data bentuk-bentuk perilaku prososial *online*. Hasil menunjukkan bahwa pada bentuk donasi *online* responden tertinggi pernah melakukan penandatanganan petisi *online* 198 (79,2 %) responden dan yang paling sedikit pernah melakukan donasi online untuk bantuan rumah ibadah sebanyak 36 (14,4%) responden. Pada bentuk klik untuk donasi responden paling banyak pernah melakukan mengunjungi website akun bantuan sosial melalui media sosial 155 (62%) responden dan yang terendah pernah melakukan pembuatan status disertai link akun bantuan sosial 49 (19,6%) responden. Pada bentuk berbagi informasi paling banyak pernah melakukan pembuatan status yang berisi dukungan bagi korban bencana 155 (62%) responden dan yang paling sedikit melakukan partisipasi diskusi *online* 107 (42,8%) responden.

#### 5.1.2. Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji beda maka dalam penelitian ini dilakukan uji asumsi. Uji asumsi yang dilakukan di dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas dan uji homogenitas yang bertujuan untuk melihat apakah aitem dari penelitian ini berdistribusi normal atau tidak dan untuk menguji apakah ada perbedaan atau tidak pada kelompok sasaran penelitian Uji Normalitas 1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan teknik *kolmogrov-smirnov* dengan bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 20.0 for windows*. Syarat untuk dikatakan berdistribusi normal apabila  $p > 0,05$  dan sebaliknya dikatakan tidak berdistribusi normal apabila  $p < 0,05$ .

Hasil uji normalitas untuk prososial online adalah Z sebesar 1,833 dengan nilai p 0,002 ( $p < 0,05$ ) artinya distribusi ini dikatakan tidak normal. Hasil uji normalitas untuk Donasi online adalah Z sebesar 4,303 dengan nilai p 0,000 ( $p < 0,05$ ), Klik untuk donasi Z sebesar 2,629 dengan nilai p 0,000 ( $p < 0,05$ ), dan

Berbagi informasi Z sebesar 2,864 dengan nilai  $p < 0,05$  artinya ketiga hasil ini dikatakan tidak normal.

## 2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas pada donasi online dalam penelitian ini menunjukkan nilai F sebesar 5,110 yang dimana signifikansi 0,025 ( $p < 0,05$ ), Klik untuk donasi menunjukkan nilai F sebesar 3,848 dengan signifikansi sebesar 0,051 ( $p > 0,05$ ), dan berbagi informasi memiliki nilai F sebesar 0,050 dengan signifikansi sebesar 0,823 ( $p > 0,05$ ). Maka dari itu pada penelitian ini yang bisa dikatakan homogen adalah klik untuk donasi dan berbagi informasi.

### 5.1.3 Uji Beda

Uji beda dilakukan dengan menggunakan *Independent Sample t-Test* melalui program *Statistical Package For Social Science (SPSS)* version 20.0 for windows. Hasil uji hipotesis penelitian ini untuk prososial *online* mendapatkan skor *t-test* sebesar 1,898 dengan  $p$  sebesar 0,031 ( $p < 0,05$ ) yang berarti tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan pada perilaku prososial *online*. Hasil uji hipotesis untuk donasi online mendapatkan skor *t-test* sebesar 1,657 dengan  $p$  sebesar 0,025 ( $p < 0,05$ ) yang berarti ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam melakukan donasi *online*. Dimana laki-laki lebih banyak melakukan donasi online dibandingkan dengan perempuan, ditunjukkan dengan hasil Mean laki-laki sebesar 1,96 dan perempuan sebesar 1,63. Klik untuk donasi mendapatkan skor *t-test* sebesar -0,221 dengan  $p$  sebesar 0,051 ( $p > 0,05$ ), dan berbagi informasi mendapatkan skor *t-test* sebesar 2,553 dengan  $p$  sebesar 0,823 ( $p > 0,05$ ). Berdasarkan kedua perhitungan tersebut didapatkan hasil bahwa tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam klik untuk donasi dan berbagi informasi.

#### 5.1.4 Analisis Median

Hasil perhitungan *SPSS 20.0* terhadap perilaku prososial *online* di media sosial pada generasi milenial menunjukkan hasil nilai mean sebesar 7,04 , nilai median 7,50, nilai modus 8, nilai standar deviasi 3,256, nilai variansi 10,601, nilai minimum 0, nilai maksimal 15 , dan dengan nilai rentang 15.

### 5.2. Pembahasan

#### 5.2.1. Pembahasan hasil deskriptif statistik

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, aitem-aitem pernyataan di distribusikan ke dalam pernyataan positif dan pernyataan negatif dari bentuk-bentuk perilaku prososial *online*. Pernyataan-pernyataan tersebut memberikan gambaran kondisi bentuk-bentuk perilaku prososial *online* yang pernah dan tidak pernah dilakukan oleh responden. Distribusi yang telah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa bentuk perilaku prososial *online* yang paling banyak pernah dilakukan oleh generasi milenial antara lain adalah:

Pertama, sebanyak 198 (79,2%) responden pernah melakukan donasi *online*, dalam wujud melakukan pemberian dukungan melalui penandatanganan petisi *online*. Hal ini selaras dengan adanya penelitian terdahulu. yang menyebutkan bahwa bentuk perilaku prososial *online* dalam wujud donasi *online* tidak hanya berupa pemberian bantuan berupa *fresh money*, tetapi dapat berupa bantuan dukungan yang memanfaatkan *webtechnology*. Pemanfaatan *webtechnology* salah satunya dapat berupa pemberian dukungan melalui petisi *online*. (Sproull dkk, 2002)

Kedua sebanyak 180 (72%) responden pernah melakukan berbagi informasi, dalam wujud *me-repost* informasi yang membutuhkan bantuan di media sosial. Hal ini juga sama halnya dengan penelitian terdahulu yang pernah ada bahwa *me-repost* informasi termasuk ke dalam perilaku prososial *online* dalam



bentuk berbagi informasi.

Ketiga sebanyak 155 (62%) responden pernah melakukan klik untuk donasi, dalam wujud memberikan tanggapan berupa komentar dan *like* pada akun bantuan sosial di media sosial. Hasil yang didapatkan ini juga sama dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa: klik untuk donasi merupakan salah satu bentuk dari prososial online dan wujudnya dapat berupa memberikan tanggapan berupa komentar dan *like*, *posting links*, menonton video, dimana pada kejadian ini pihak ketiga memiliki peran yang cukup kuat dalam membantu memberikan bantuan (Klisanin, dkk 2011).

Hasil penelitian di atas juga mendistribusikan media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial, dan di dapatkan hasil sebanyak 179 (36,97%) responden menggunakan Instagram. 94 (19,74%) responden menggunakan Whatsapp, 92 (19,32%) menggunakan Line. Hal ini berbanding lurus dengan penelitian-penelitian yang telah disebutkan di atas karena dalam media sosial Instagram, Line, dan Whatsapp memiliki kemampuan yang memenuhi untuk dijadikan wadah dalam melakukan perilaku prososial *online*.

Sebagai wadah untuk donasi *online*, dan Klik untuk donasi, ketiga media sosial di atas menjadi tempat terjadinya pihak ketiga untuk memberikan bantuan yang tidak terlihat. Seperti contohnya pemasangan iklan akun bantuan sosial untuk masuk ke *website* mereka. Hal ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dipaparkan oleh . Klinsanin dkk, (2011) pihak ketiga memiliki peran yang kuat dalam prososial *online*. Fitur di mesin pencarian yang dimiliki Instagram, Whatsapp, dan Line seperti fitur tanda tagar juga menjadi salah satu hal yang menjadikan ketiga media sosial ini menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dalam melakukan prososial *online*, karena fitur tanda tagar menjadikan membagikan informasi menjadi lebih luas. Hal lain yang memperkuat hasil penelitian ini adalah

kemampuan-kemampuan lain seperti menonton video, posting konten dan me-repost konten juga dapat dipenuhi oleh ketiga media sosial ini. Penelitian sebelumnya juga menyebutkan bahwa media sosial Instagram, Whatsapp, dan Line merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial. (Kemendagri,2018).

#### 5.2.2. Pembahasan hasil uji beda

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan teknik *Independent Sample T-test* menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan prososial online jika dilihat menurut jenis kelamin. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang disampaikan oleh Renata dan Parmitasari (2016) yang menyebutkan bahwa ada perbedaan perilaku prososial berdasarkan jenis kelamin.

Menurut Sproull,dkk (2002),perilaku prososial *online* tidak memperhatikan penampilan karena tidak bertemu secara langsung.Hal ini mungkin saja bisa memperjelas mengapa di dalam perilaku prososial *online* tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Hingga saat ini belum ada penelitian terdahulu yang benar-benar menjelaskan alasan mengapa tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam melakukan perilaku sosial. Hasil penelitian ini jelas menunjukkan bahwa dalam perilaku prososial *online* tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan.

#### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dirasakan masih memiliki banyak kelemahan yang dialami oleh peneliti. Keterbatasan penelitian ini antara lain:

- 1.Jumlah responden pria dan wanita tidak seimbang, lebih banyak responden wanita dibandingkan dengan responden pria. Meskipun penelitian ini memakai teknik *incidental sampling*, namun penelitian ini dirasa kurang proposional

dalam jumlah responden berdasarkan jenis kelamin. Hal ini yang menyebabkan penelitian ini tidak dapat dilakukan tabulasi silang.

2. Kedalaman tentang penelitian ini masih kurang tergali, karena peneliti masih kekurangan sumber referensi penelitian terdahulu, dikarenakan penelitian ini bersifat untuk mengungkap fenomena yang baru sehingga sumber referensi sangat kurang cukup di dalam penelitian ini.

