

PERILAKU PROSOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

Oleh:

ANISA AYU DIANI NUGRAHA

F 100 140 158

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

PERILAKU PROSOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

ANISA AYU DIANI NUGRAHA

F100140158

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh

Dosen Pembimbing



Wisnu Sri Hertinjung, S.Psi, M.Psi, Psikolog

NIDN. 0611047601

HALAMAN PENGESAHAN

PERILAKU PROSOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL

Oleh:

ANISA AYU DIANI NUGRAHA

F 100140158

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Kamis, 15 November 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

1. **Wisnu Sri Hertinjung, S. Psi, M.Psi, Psikolog**

(Ketua Dewan Penguji)



2. **Dra. Partini, M. Si, Psikolog**

(Anggota I Dewan Penguji)



3. **Permata Ashfi Raihana, S. Psi, MA**

(Anggota II Dewan Penguji)



Surakarta, 15 November 2018

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan,



Susatyo Yuwono S.Psi, M.Si, Psikolog

NIK/NIDN. 838/0624067301

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 8 November 2018

Yang menyatakan



Anisa Ayu Diani Nugraha

F100140158

PERILAKU PROSOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan perilaku prososial melalui media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data penelitian menggunakan angket terbuka yang disebar secara langsung. Responden penelitian berjumlah 85 orang berusia dewasa awal yaitu antara 18-26 tahun, aktif menggunakan media sosial, dan pernah melakukan perilaku prososial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan adalah Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Tidak ada alasan khusus dalam memberikan bantuan melalui media sosial, namun keluarga dan teman menjadi orang yang diutamakan dalam memberikan bantuan. Faktor yang mempengaruhi perilaku prososial terdiri dari faktor dominan yang mendukung peningkatan perilaku prososial yaitu tanggung jawab (kesadaran bahwa manusia harus saling menolong), suasana hati (empati), dan religiusitas. Faktor dominan yang menghambat perilaku prososial melalui media sosial ada tiga, yakni keterbatasan sumber daya (waktu, tenaga, jarak, finansial, orang yang bersangkutan, kemampuan dan informasi yang kurang jelas), jaringan (signal dan kuota), serta keadaan emosi dan dukungan (sedih, malu, takut, dan malas). Bentuk perilaku prososial melalui media sosial berupa hubungan langsung melalui *chat*, *voice notes*, telfon, *video call*, mengunggah status atau *story* yang dibagikan melalui media sosial, *broadcast* secara *personal* dan *group*, *share* dan atau *retweet* ulang di *timeline*, hingga berdonasi.

Kata Kunci : Media sosial, perilaku prososial, dewasa awal

Abstract

This research aims to understand and describe prosocial behavior on social media. This research uses qualitative descriptive method. Data are collected through the use of open questionnaire that are directly administered. The research subjects are 85 young adult of the age 18-26 years old who actively uses media social and have experienced prosocial behavior. The result of the study indicates that the mostly used social media applications are Whatsapp, Facebook, and Instagram. There is no specific reason for providing assistance, but family and friends are the ones who are given priority. Factors of influence of prosocial behavior consist of dominant factors that encourage the development of prosocial behavior namely responsibility (the awareness of the need to help each other), mood (emphaty), and religiousness. While, factors that hinder prosocial behavior through social media consist of limited resources (time, power, distance, financial, the person in concern, passion and unclear information), and data cap, mood and support (shy, fearful, and lazy). The common forms of prosocial behavior through social media are direct messages, voice notes, telephone, video call, status or story update, personal and group broadcast, information sharing or retweeting, and donating.

Keyword : social media, prosocial behavior, young adult

1. PENDAHULUAN

Media sosial merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi di bidang komunikasi dan informasi yang saat ini digunakan oleh sebagian besar masyarakat di dunia. Sebuah survei dilakukan oleh *We are Social* pada tahun 2017 yang menyebutkan bahwa dari populasi manusia di dunia saat ini yang berjumlah 7 miliar terdapat 4 miliar manusia merupakan pengguna aktif media sosial dengan 3 miliar merupakan pengguna aktif yang mengakses melalui telepon genggam. Data tersebut dikemukakan oleh sang *Global Consultant*, Kemp, dengan mengumpulkan data-data secara online dari jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia dan ditulis oleh Danno (2018). Selain itu, terdapat beberapa jenis media sosial yang mempunyai pengguna paling banyak di seluruh dunia yang diperoleh melalui hasil survei online yang dilakukan oleh *We are Social* dengan *Hootsuite* kepada pengguna media sosial, yakni Facebook, Youtube, Whatsapp, FB Messenger, Wechat, QQ, Instagram, Tumblr, QZone, dan Sina Weibo (Dikdok, 2018).

Di Indonesia sendiri, Nabila melalui *dailysocial.id* pada Februari 2018 menuliskan berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 sebanyak 143, 26 juta penduduk dari jumlah populasi penduduk Indonesia yang mencapai 262 juta jiwa telah menikmati layanan internet khususnya sebagai pengguna media sosial. Pengguna media sosial terbanyak di Indonesia ditempati oleh usia dewasa awal yang berkisar antara 19-34 tahun sebesar 49,52%. Dewasa awal sendiri dimulai dari usia 18 hingga 40 tahun, pada usia ini terjadi perubahan-perubahan fisik, psikologis, dan kemampuan reproduktif (Harlock dalam Juditha, 2011). Masa ini juga merupakan masa dimana individu dituntut untuk dapat mandiri secara ekonomi maupun dalam membuat keputusan, dan sebagai tanda bahwa individu memasuki masa awal adalah saat individu pada akhirnya mendapatkan pekerjaan penuh waktu dan kurang lebih pekerjaan tersebut bersifat tetap (Santrock, 2007).

Media sosial selain digunakan sebagai tempat seseorang untuk mengeluarkan apa yang dipikirkan, dirasakan, dan diharapkan juga dapat digunakan sebagai tempat untuk berkomunikasi dengan orang lain, memperoleh edukasi, eksplorasi

diri, berbelanja, bermain game, media hiburan, bisnis hingga berpolitik. Penggunaan media sosial pun dapat dimanfaatkan pula sebagai tempat untuk melakukan perilaku prososial. Perilaku prososial adalah suatu perilaku yang memberikan keuntungan bagi orang lain, namun keuntungan tersebut tidak dapat dirasakan oleh pelaku secara langsung (Staub dalam Baron & Byrne, 2005).

Perilaku prososial umumnya dikenal sebagai perilaku menolong atau membantu, akan tetapi pada perilaku prososial terdapat maksud untuk mengubah keadaan fisik atau psikologis orang yang ditolong agar menjadi lebih baik sehingga hal ini menimbulkan konsekuensi positif bagi kesejahteraan fisik maupun psikis untuk orang yang dibantu. Perilaku prososial juga mencakup tindakan yang memberi keuntungan pada orang yang ditolong, misalnya berbagi, menghibur, sampai menolong orang lain dalam mencapai tujuannya sehingga dapat dikatakan bahwa perilaku prososial bertujuan untuk meningkatkan kebahagiaan orang lain, karena melakukan tindakan prososial juga turut mensejahterakan kehidupan penerima bantuan (Bashori, 2017).

Pada umumnya orang-orang melakukan perilaku prososial secara langsung kepada orang yang akan dibantu, tetapi dengan adanya kemajuan teknologi dan zaman sekarang ini pada akhirnya perilaku prososial pun juga dapat dilakukan melalui media perantara internet, misalnya media sosial. Perilaku prososial melalui media sosial sendiri dapat dilakukan dalam berbagai macam cara, salah satunya adalah melakukan kegiatan *me-retweet* status orang lain yang ada di media sosial twitter (Puspita & Gumelar, 2014) dan memberikan komentar yang membangun pada unggahan orang lain juga merupakan perilaku prososial.

Seperti pada peristiwa gempa yang terjadi di Lombok dan Bali bulan Agustus 2018 kemarin. Peristiwa tersebut menimbulkan banyak korban jiwa dan menghancurkan bangunan-bangunan disana, salah satu organisasi UKM di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang bergerak di bidang keteateran langsung membicarakan hal ini dan merencanakan untuk membuat suatu pertunjukkan amal untuk peristiwa tersebut. Pembahasan ini dilakukan pertama kali oleh ketua teater yang berinisial R dan langsung mendapat tanggapan lebih dari setengah dari jumlah keseluruhan anggota untuk mengadakan

pertunjukan tersebut. Anggota organisasi ini berjumlah lebih dari 200 orang yang terdiri dari berbagai angkatan, dikarenakan anggota yang masuk di dalam grup bukan hanya anggota yang masih aktif kuliah saja melainkan para alumni yang sudah bekerja hingga berkeluarga. Antusiasme dari anggota organisasi ini terlihat dari banyaknya komentar atau pendapat yang diberikan anggota dalam menampilkan pertunjukan apa saja yang akan dibawakan, kapan dan dimana acara dilaksanakan, serta sistem dalam pertunjukan yang dibawakan akan seperti apa semua anggota memberikan usulnya sehingga akhirnya diadakan rapat anggota secara langsung untuk menindaklanjuti rencana penggalangan dana untuk membantu korban gempa di Lombok dan Bali.

Hal tersebut berbeda halnya dengan yang terjadi dalam grup angkatan pada mahasiswa A yang mengatakan saat dirinya membagikan informasi di grup bahwa ada seseorang yang sedang membutuhkan transfusi darah secepatnya dikarenakan kondisi yang darurat, dari 250 orang yang tercatat sebagai anggota tidak lebih dari 30 orang yang memberikan respon dan keseriusan dalam menanggapi informasi yang disampaikan, lebih dari 50% anggota hanya membaca tanpa menanggapi (*silent reader*), dan lainnya bahkan tidak melihat sehingga informasi tersebut sampai akhirnya informasi tersebut berlalu begitu saja. Padahal Allah SWT pun sudah menganjurkan manusia untuk hidup saling tolong menolong dalam kebaikan yang terdapat dalam Al Quran QS. Al Maidah (5:2) yang artinya *“Hendaklah kamu tolong menolong dalam kebaikan dan ketaqwaan, dan janganlah saling membantu dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Dan bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras dalam hukuman-Nya.”*

Berdasarkan fenomena diatas muncul pertanyaan mengenai perilaku prososial melalui media sosial terutama pada penggunaan media sosial itu sendiri yaitu Apa saja bentuk-bentuk perilaku prososial yang dilakukan melalui media sosial?, Apa saja alasan yang membuat pengguna media sosial melakukan perilaku prososial?, Faktor apa saja yang mempengaruhi para pengguna untuk melakukan perilaku prososial melalui media sosial?

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner terbuka yang berisi 17 pertanyaan dan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu: a) Berusia 18-26 tahun berstatus mahasiswa dan bekerja, b) Menggunakan media sosial, c) Pernah melakukan perilaku prososial melalui media sosial. Kuesioner dibagikan kepada 150 orang yang berusia dewasa awal dan berstatus sebagai mahasiswa dan bekerja, namun kuesioner yang kembali hanya terisi sejumlah 103 dan setelah dilakukan pengecekan yang disesuaikan dengan kriteria responden penelitian terdapat 85 kuesioner yang sesuai dengan kriteria responden penelitian.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah a) mengumpulkan data penelitian, b) melakukan reduksi data dengan mengkode data dan mengkategorisasikan data, c) melakukan display data, data dianalisis secara deskripsi (Bungin, 2007).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendiskripsikan perilaku prososial melalui media sosial. Dari hasil penelitian diketahui bentuk-bentuk perilaku prososial melalui media sosial, alasan-alasan pengguna melakukan perilaku prososial melalui media sosial, dan faktor yang mempengaruhi pengguna untuk melakukan perilaku prososial melalui media sosial.

Tabel 1. Karakteristik responden

No	Status	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa	23	32	55	64,7%
2	Bekerja	15	15	30	35,3%
Total		38	47	85	100%

Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat 85 responden yang mengisi kuesioner sesuai dengan kriteria responden penelitian, terdiri dari mahasiswa sebanyak 55 orang, dan orang yang bekerja sebanyak 30 orang. Selain itu, peneliti membagi usia responden menjadi tiga yaitu 18-20 tahun yang terdiri dari 8 laki-

laki dan 3 perempuan, 21-23 tahun terdiri dari 26 laki-laki dan 39 perempuan, dan 24-26 tahun terdiri dari 1 laki-laki dan 11 perempuan.

Tabel 2. Bentuk-bentuk perilaku prososial melalui media sosial

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Menghubungi langsung (<i>chat personal, voice note, telfon, video call, broadcast group</i>)	60	70,6%
2	Diunggah jadi status/story (WA, FB, IG, Line, Twitter)	50	58,8%
3	Like & Retweet (Twitter, Line)	4	4,7%

Perilaku prososial melalui media sosial dibedakan menjadi 3 bentuk dalam hasil penelitian ini, jawaban paling banyak dituliskan yaitu menghubungi orang yang bersangkutan jika bantuan yang diperlukan yakni berupa masukan, saran, dukungan, informasi dan penjelasan mengenai materi atau tugas kuliah yakni dengan menghubungi via *chat, voice note, telfon, video call*, dan jika membutuhkan bantuan yang lain pun dapat mengirimkan *broadcast* ke grup. Seperti ungkapan yang dinyatakan oleh responden NK dalam membantu orang lain, “*apabila ada yang bingung masalah kerja, saya bisa memberikan konsultasi karir untuknya, atau membagikan lowongan pekerjaan melalui group dan lewat status/story di ig dan wa. Dan kalau ada informasi yang menyedihkan, saya memberikan dukungan lewat komen atau chat pribadi untuk membantu menguatkan.*”.

Selanjutnya menyatakan bentuk bantuan yang diberikan yaitu dengan mengunggahnya menjadi status atau story di whatsapp, instagram, facebook, line, dan twitter. Hal ini seperti yang dilakukan oleh responden SG, “*Memberikan solusi untuk permasalahan teman, jika ada teman yang kehilangan barang segera discreenshoot dan dijadikan status whatsapp maupun instagram.*”

Dan terakhir jika dibutuhkan dan dalam kondisi tertentu terutama saat darurat, maka beberapa pihak bersedia untuk membantu dalam bentuk donasi. Seperti yang dilakukan oleh ARL, “*Langsung menghubungi orang yang bersangkutan (membutuhkan bantuan), dan memberikan apa yang mereka butuhkan (uang, tenaga, atau masukan).*”

Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikeluarkan oleh Bar-Tal (dalam Desmita, 2010) yang menyatakan bahwa tindakan menolong dilakukan bukan semata-mata untuk diri sendiri, namun juga meliputi *helping/aiding*, *sharing* dan *donating*, sehingga bentuk-bentuk dari perilaku prososial melalui media sosial menjadi bermacam-macam dan lebih .

Tabel 3. Aplikasi yang digunakan responden

No	Jenis Media Sosial	Jumlah	Persentase
1	Whatsapp	82	96,5%%
2	Facebook	54	63,5%
3	Instagram	78	91,8%
4	Line	36	42,4%
5	Twitter	16	18,8%

Dari berbagai macam jenis media sosial yang ada pada saat ini, terdapat 3 aplikasi yang paling banyak digunakan yakni whatsapp dan instagram, dan facebook. Hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wijaya dan Godwin (dalam Selviana, 2016) dan Felita, et al (2016) yang menemukan media sosial yang paling banyak digunakan adalah instagram, facebook dan twitter.

Durasi penggunaan media sosial dibagi menjadi 3, yaitu rendah dengan penggunaan 1-3 jam per hari (7 orang), sedang 4-7 jam per hari (45 orang), dan kategori berat >8 jam per hari (33 orang). Berdasarkan data yang telah ada ditemukan bahwa durasi responden dalam menggunakan media sosial berada di kategori sedang, yakni sebanyak 48 orang dan terakhir adalah kategori rendah. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Majorsy, et al (2013) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial ditemukan <1 jam dalam satu hari pada responden. Hal ini bisa terjadi dikarenakan responden pada penelitian ini sebanyak 55 orang adalah mahasiswa, sehingga kemungkinan untuk mengakses media sosial di sela-sela kegiatan lebih besar dibanding responden yang mempunyai tanggung jawab bekerja.

Tabel 4. Kegiatan dalam bermedia sosial

No	Jenis Kegiatan	Jumlah	Persentase
1	Komunikasi	85	100%
2	Informasi	43	50,6%
3	Hiburan	40	47,1%
4	Ekonomi	26	30,6%
5	Membantu	78	91,8%

Selain digunakan sebagai tempat untuk berperilaku prososial, responden menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, khususnya dengan keluarga dan teman, kemudian untuk mencari dan membaca informasi/berita terkini, seperti berita-berita atau informasi seputar teman, materi dan tugas perkuliahan, pekerjaan, artis-artis hingga pemerintahan yang dapat dilihat dari status media sosial atau membaca artikel-artikel online., lalu sebagai hiburan dengan menonton dan mendengarkan lagu-lagu baik penyanyi asli atau penyanyi yang suka mengcover lagu orang lain; video *tutorial make up* dan *review skincare* yang dilakukan oleh *beauty vlogger*; video makan dalam porsi besar (mukbang) oleh para vlogger dan youtube; video viral; *life hack, do it yourself* yang mengajarkan penontonnya untuk dapat melakukan segala hal dengan diri sendiri, cara yang sederhana, dan dalam waktu yang relative singkat; video memasak; video artis-artis dalam melakukan kegiatannya; hingga *streaming* menonton film. Video-video ini biasa ditonton melalui instagram dan youtube. Selain itu, kegiatan lain yang dilakukan adalah masalah ekonomi seperti untuk melakukan pekerjaan, misal melakukan promosi produk agar diketahui banyak orang dan membuat orang tertarik untuk membelinya hingga transaksi jual beli yang dilakukan melalui media sosial. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Sukrillah, Ratnamulyani, dan Kusumadinata (2017) di Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda Bogor yang menyatakan pemanfaatan media sosial whatsapp di lingkungan akademik FEI Universitas Djuanda Bogor yakni sebagai penyampaian informasi civitas, sarana untuk berdiskusi, dan hiburan bagi civitas FEI. Penelitian lain dengan hasil yang sama dilakukan oleh Majorsy, et al (2013) yang menyatakan bahwa pada

usia dewasa awal alasan menggunakan media sosial adalah untuk mendapatkan berita, informasi, dan pengetahuan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat 3 kriteria orang yang mendapat pertolongan dari responden, yaitu pertama sebanyak 83,5% tidak ada kriteria khusus pada responden untuk melakukan perilaku prososial melalui media sosial, namun meskipun begitu beberapa responden menambahkan jika tetap mengutamakan keluarga dan teman yang sudah dikenal dekat. Kemudian kedua, dalam memberikan bantuan responden juga menambahkan hanya kegiatan yang bertujuan positif yang akan dibantu, dan ketiga apabila meminta bantuan hendaknya meminta dengan sopan, ramah, serta tidak memaksa. Hasil ini didukung dengan pendapat Sears (Asih & Pratiwi, 2010) meskipun ada sedikit perbedaan yang menyatakan seseorang dapat dikatakan berperilaku prososial apabila membantu orang lain tanpa memperdulikan motifnya, dan teori Brigham (dalam Asih & Pratiwi, 2010) yang menyebutkan salah satu aspek dalam melakukan perilaku prososial adalah persahabatan.

Tabel 5. Tujuan melakukan perilaku prososial

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Bermanfaat	25	29,4%
2	Kemanusiaan	25	29,4%
3	Meringankan beban	23	27,1%
4	Ibadah	12	14,1%
TOTAL		85	100%

Ada beberapa hal yang menjadi tujuan dari berperilaku prososial melalui media sosial. Pertama, bermanfaat yaitu dapat memberikan bantuan yang dapat berupa saran, masukan, informasi, ilmu, dukungan, tenaga, waktu, doa, makanan, barang seperti baju layak pakai, print out materi/catatan, bahkan uang yang dapat digunakan oleh orang lain dan menjadikan situasi atau kondisi orang lain menjadi lebih baik. Kemanusiaan yang artinya manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri, manusia pasti butuh orang lain dalam kehidupannya begitu pula ketika sedang kesulitan atau ditimpa musibah, sudah seharusnya manusia hidup saling tolong menolong yang mana hal ini juga bisa menjadi amalan dalam hidup pun ketika melakukan kebaikan kepada orang lain suatu saat kebaikan

tersebut akan menghampiri diri sendiri sehingga selagi masih bisa membantu orang lain sebaiknya tetap dilakukan karena suatu saat kita pasti membutuhkan bantuan orang lain, dan sekecil apapun bantuan yang diberikan hal itu mampu mengurangi beban yang dirasakan oleh orang lain. Hal ini didukung dengan pernyataan dari (Staub, 1978; Baron & Byrne, 2005) bahwa perilaku prososial merupakan tindakan yang bermanfaat bagi orang lain yang sedang membutuhkan bantuan.

Tabel 6. Faktor pendukung untuk melakukan perilaku prososial melalui media sosial

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Empati	25	29,4%
2	Tanggung jawab	50	58,8%
3	Keimanan/religius	10	11,8%
TOTAL		85	100%

Faktor pendukung perilaku prososial dibagi menjadi 2, yaitu faktor personal dan faktor situasional. Faktor personal (dalam diri) dalam penelitian ini adalah empati yaitu merasakan apa yang orang lain alami sehingga akhirnya membantunya dan religiusitas yang disini berupa keyakinan bahwa menolong adalah bentuk ibadah dan hal tersebut mendatangkan kebaikan (pahala) bagi seseorang, serta faktor situasional (dari luar) dalam penelitian ini adalah tanggung jawab yang berupa kesadaran bahwa manusia hidup harus saling tolong menolong. Hal ini sedikit berbeda dari teori yang dikemukakan oleh Sears (dalam Sumarsongko, 2015) yang membagi faktor perilaku prososial menjadi dua yaitu situasi yang meliputi kehadiran orang lain akan mempengaruhi seseorang dalam memberikan bantuan, kondisi lingkungan juga membuat individu berpikir terlebih dahulu sebelum membuat keputusan, dan tekanan waktu yang sedang individu alami. Faktor kedua yaitu karakteristik penolong yang meliputi kepribadian penolong itu sendiri, suasana hati yang sedang individu rasakan, dan perasaan empati (Sears dalam Sumarsongko, 2015; Schlenker dalam Baron & Byrne, 2005) serta adanya rasa tanggung jawab yang dirasakan oleh individu (Sarwono dan Meinarno, 2009).

Tabel 7. Faktor penghambat untuk melakukan perilaku prososial melalui media sosial

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Keterbatasan sumber daya (waktu, jarak, tenaga, finansial, orang yang bersangkutan, informasi yang kurang jelas, kemampuan)	54	63,5%
2	Kondisi emosi (dukungan, bahagia, sedih, malu, takut, malas)	20	23,5%
3	Jaringan (signal dan kuota)	11	12%
TOTAL		85	100%

Faktor yang menghambat perilaku prososial paling besar yaitu mengenai keterbatasan sumber daya yang meliputi waktu karena mahasiswa yang sibuk dengan kegiatan perkuliahan dan tugas-tugas, pekerja yang mempunyai tanggung jawab terhadap pekerjaan dan adanya aktivitas lainnya sehingga responden jarang membuka handpone, tenaga yang tidak bisa selalu ada setiap saat untuk dapat membantu jika dibutuhkan sewaktu-waktu, jarak yang cukup jauh sehingga tidak dapat memberikan bantuan secara langsung, keadaan finansial yang juga tidak selalu ada setiap saat, kemudian orang yang bersangkutan (orang yang ditolong) tidak diketahui atau dikenal sehingga identitas tidak jelas, keterampilan yang terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan untuk membantu, serta informasi yang masih simpang siur merupakan faktor penghambat terbesar seseorang untuk melakukan perilaku prososial. Setelah itu mengenai kondisi emosi responden yang sedang tidak baik juga menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan menolong atau tidak, dan aktivitas yang membuat responden seringkali berada pada kondisi yang kurang stabil untuk berinteraksi dengan orang lain. Perasaan takut akan perbincangan orang lain, perasaan takut dicemooh, takut dibilang sok baik atau sok peduli, apalagi jika saat membantu tidak mendapatkan respon yang baik dari orang-orang di sekitarnya. Hal itulah yang juga menghambat responden dalam melakukan perilaku prososial karena bagaimanapun dukungan dari orang-orang di sekitar, terutama orang terdekat sangat membantu responden dalam

menentukan pilihan. Ketiga adalah jaringan (kuota dan signal), kehabisan kuota atau tidak ada signal di tempat tertentu seringkali menjadi masalah bagi responden yang akan membantu seseorang melalui media sosial karena responden merasa ketinggalan banyak sekali informasi mengenai keadaan orang yang ditolong. Hasil yang didapatkan sesuai dengan pernyataan dari Sears (dalam Sumarsongko, 2015) dimana tekanan waktu menjadi faktor paling besar yang menghambat responden untuk berperilaku prososial. Faktor-faktor mengenai keterbatasan sumber daya lainnya adalah tenaga, jarak hingga rasa malu dalam hal tertentu, hal ini didukung pernyataan Sarwono dan Meinarno (2009) mengenai tempat tinggal yang bisa saja saling berjauhan atau perbedaan lingkungan tempat tinggal, kemudian sifat penolong maupun orang yang butuh bantuan, yang akhirnya menghambat seseorang untuk memberikan bantuan.

Meskipun demikian, setelah memberikan bantuan kepada orang lain responden mengungkapkan merasa senang/bahagia dan lega. Hal ini sesuai dengan penjelasan Brigham dalam Sumarsongko (2015) menyatakan bahwa perasaan bahagia dirasakan oleh penolong karena sudah bisa memberikan bantuan kepada orang lain, hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa dampak dari pertolongan yang diberikan responden membuat diri mereka lebih senang/bahagia dan lega. Hal ini dikarenakan ketika responden dapat memberikan bantuan dan hasil dari bantuan yang diberikan ternyata memuaskan dan beban orang lain menjadi berkurang bahkan teratasi, hal tersebut ternyata benar dapat dan mampu merubah suasana hati orang yang membantu.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian mengenai perilaku prososial melalui media sosial, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut: Terdapat tiga aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan yaitu whatsapp, instagram, dan facebook. Didapatkan durasi penggunaan media sosial berada di kategori sedang yaitu 4-7 jam dalam satu hari. Kegiatan yang dilakukan dalam bermedia sosial meliputi berkomunikasi, membantu, dan mencari berita/informasi. Bentuk dari perilaku membantu atau prososial melalui media sosial adalah menghubungi orang yang bersangkutan yang membutuhkan bantuan berupa

masukan, saran, dukungan, informasi dan penjelasan mengenai materi atau tugas kuliah dengan *chat*, *voice note*, telfon, *video call*, bahkan *broadcast personal/group*, kemudian mengunggahnya menjadi status atau *story* di whatsapp, instagram, facebook, line, dan twitter, melakukan like di line, dan melakukan retweet agar semakin meluas berita atau informasi yang bermanfaat untuk diketahui orang lain. Tidak ada alasan khusus dalam memberikan bantuan, karena sudah sewajarnya sebagai manusia untuk saling membantu agar dapat bermanfaat namun yang diutamakan dalam pemberian bantuan yaitu keluarga dan teman. Faktor pendorong dalam melakukan perilaku prososial melalui media sosial adalah adanya tanggung jawab, empati, dan religiusitas. Sementara, faktor penghambat untuk melakukan perilaku prososial melalui media sosial yaitu keterbatasan sumber daya, meliputi waktu, tenaga, jarak, finansial, orang yang bersangkutan, kemampuan dan informasi yang kurang jelas, kemudian jaringan yang berupa signal dan kuota, serta keadaan emosi yang meliputi dukungan dari orang-orang di sekitar yang dapat menimbulkan perasaan sedih, malu, takut, dan malas. Namun, dampak positif yang dirasakan adalah perasaan senang/bahagia dan lega.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik wawancara dalam melakukan penelitian agar data yang didapatkan dapat membahas lebih dalam mengenai perilaku prososial melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2017, Februari 19). *Penetrasi & perilaku pengguna internet indonesia*. Diakses melalui https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf pada hari tanggal 21 Juli 2018 pada hari Kamis 17 Mei 2018 pukul ±11.30 WIB.
- Aprilianto, M. B. (2018, Februari 14). *10 Media sosial teraktif di Indonesia, mana yang sering kamu pakai? media sosial favoritmu di nomor berapa?* Diakses melalui <https://www.brilio.net/amp/wow/10-media-sosial-teraktif-di-indonesia-mana-yang-sering-kamu-pakai-180214v.html> pada hari Kamis 17 Mei 2018 pukul ±13.40 WIB.

- Asih, G. Y., & Pratiwi, M. S. (2010). Perilaku prososial ditinjau dari empati dan kematangan emosi. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, 1, 33-42.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial* (10th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Bungin, B. (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bashori, K. (2017). Menyemai perilaku prososial di sekolah. *Jurnal Pendidikan*, 57-92
- Cobb, N. J. (2007). *Adolescence*. Boston: McGraww-Hill.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2015). *Psikologi sosial*. Malang: UMM Press.
- Desmita. (2010). *Psikologi perkembangan peserta didik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dikdok. (2018, Maret 31). *Totalnya, berapakah jumlah pengguna media sosial di Indonesia?* Diakses melalui <https://www.jurnalapps.co.id/totalnya-berapakah-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-13238/amp>, pada hari Minggu 20 Mei 2018 pada pukul ±15.50 WIB.
- Felita, P., et al. (2016). Pemakaian media sosial dan self concept pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikolohi MANASA*, 30-41.
- Juditha, C. (2011). Hubungan penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap perilaku remaja di kota makassar. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*, 1-23.
- Danno, M. (2018, April 24). *Social media use jumps in ql despite privacy fears*. Diakses melalui <https://www.wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>, pada hari Kamis 17 Mei 2018 pukul ±15.45 WIB.
- Majorsy, U., Kinasih, A. D., Andriani, I., & Lisa, W. (2013). Hubungan antara keterampilan sosial dan kecanduan situs jejaring sosial pada masa dewasa awal. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*. 78-84.
- Nabila, M. (2018, Juli 7). *APJII: Penetrasi pengguna internet Indonesia capai 143 juta orang*. Diakses melalui <https://www.dailysocial.id/post/apji-survei-internet-indonesia-2017?amp=1>, pada hari Kamis 17 Mei 2018 pada pukul ±11.30 WIB
- Puspita, S. D., & Gumelar, G. (2014). Pengaruh empati terhadap perilaku prososial dalam berbagi ulang informasi atau retweet kegiatan sosial di jejaring sosial twitter. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 1-7.
- Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan anak. Jilid I Edisi kesebelas*. Jakarta: PT Erlangga.

- Sarwono, S., & Meinarno, E. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Selviana. (2016). Empati dan penggunaan situs jejaring sosial sebagai faktor dalam membentuk moral remaja. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 3, 143-157.
- Staub, E. (1978). *Positif social behavior and morality: social and personal influences*. New York: Academic Press.
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2017). Pemanfaatan media sosial melalui whatsapp group fei sebagai sarana komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 95-104.
- Sumarsongko, S. (2015). Hubungan antara harga diri dengan perilaku prososial pada satpam pt danliris sukoharjo. *Naskah Publikasi*, 1-13.