

Memprediksi Intensi Individu untuk Terlibat dalam *Online Volunteering*

Liliyana Sari

Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas
email: liliyanasari@med.unand.ac.id

Abstrak

Artikel INFO

Diterima: 26 Oktober 2021
Direvisi: 18 April 2021
Disetujui: 24 April 2022

DOI:
<http://dx.doi.org/10.24014/jp.v14i2.14567>

Popularitas internet telah mengembangkan suatu jenis *volunteering* baru yaitu *online volunteering* yang telah menarik antusiasme selama beberapa dekade terakhir. Namun, masih sedikit penelitian yang membahas fenomena ini berdasarkan teori psikologi. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang memprediksi partisipasi individu dalam *online volunteering* dengan menggunakan *Extended Theory of Planned Behavior* (TPB). Selain variabel standar TPB (sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku), identifikasi nasional, norma moral, dan perilaku masa lalu juga dimasukkan ke dalam model penelitian. Sejumlah 208 partisipan yang pernah terlibat *online volunteering* atau tertarik dengan aktivitas tersebut direkrut untuk mengisi tujuh alat ukur secara daring. Analisis regresi hierarki menunjukkan bahwa semua variabel, kecuali identifikasi nasional, memprediksi intensi untuk terlibat dalam kegiatan *online volunteering* secara signifikan sebesar 62,8%. Selain itu, norma subjektif merupakan prediktor yang lebih kuat untuk memprediksi intensi dibandingkan dengan variabel lain. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan pentingnya faktor kognitif dan normatif dalam memengaruhi intensi individu untuk berpartisipasi pada *online volunteering*. Implikasi dan saran untuk penelitian selanjutnya akan didiskusikan.

Kata kunci: intensi, *online volunteering*, teori perilaku terencana, identifikasi nasional, norma sosial, perilaku masa lalu

Predicting People's Intentions to Take Part in Online Volunteering

Abstract

The popularity of the internet has developed a new type of volunteering known as online volunteering that attracts considerable enthusiasm for the past few decades. However, less attention was given to understanding the underlying phenomenon based on theories of psychology. This study aimed to investigate factors predicting participation in online volunteering by using an extended Theory of Planned Behavior (TPB). In addition to attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control, national identification, moral norms, and past behavior were also included in the model. A total of 208 individuals who previously participated in online volunteering or were interested in doing the activity were recruited to complete seven measures. The hierarchical regression analysis showed that all variables, except national identification, significantly predicted intentions to engage in online volunteering activities by 62.8%. In addition, subjective norms were found to be a stronger predictor of intentions than other variables. Overall, this research demonstrates the significance of cognitive and normative factors in influencing intentions to take part in online volunteering. The implications and suggestions for future research will be discussed.

Keywords: intention, online volunteering, theory of planned behavior, national identification, moral norms, past behavior

Pendahuluan

Popularitas internet telah memberikan peluang kehadiran jenis perilaku prososial yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang lebih luas, salah satunya adalah kegiatan *volunteering*. *Internet-mediated volunteering*, dikenal juga sebagai *virtual volunteering*, *online volunteering*, and *micro-volunteering* menjadi solusi bagi orang-orang dengan

keterbatasan waktu, fisik, dan tanggung jawab lain, yang dapat menghambat mereka menjadi relawan secara langsung (Cravens, 2000). *Internet-mediated volunteering* ini telah menarik antusiasme cukup besar di berbagai negara karena telah mengubah paradigma *volunteering* dari tanggung jawab jangka panjang dengan organisasi tertentu menjadi serangkaian tugas singkat yang hanya memerlukan komitmen sementara

(Cravens, 2014; Ihm, 2016).

Cravens (2014) mendefinisikan *internet-mediated volunteering* sebagai aktivitas yang dilakukan individu untuk kepentingan masyarakat melalui Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) atau komunitas berbasis proyek lainnya tanpa dibayar di mana internet memainkan peran utama dalam prosesnya. Dengan demikian, ide utama dari *online volunteering* adalah kegiatan-kegiatan yang diselesaikan secara sukarela melalui internet dan berdampak nyata di dunia (Ellis & Cravens, 2000). Beberapa contoh aktivitas *online volunteering* adalah mengikuti kampanye atau petisi *online*, mengajar *online* secara sukarela, menulis artikel atau blog tentang isu tertentu, berdonasi *online*, atau mengelola media sosial organisasi tertentu. *Online volunteering* menggunakan platform digital untuk menghubungkan calon relawan virtual dengan berbagai organisasi dan program kerja sukarela. *Indorelawan* sebagai salah satu platform digital untuk aktivitas *online volunteering* di Indonesia melaporkan bahwa per Oktober 2021, hampir 226.000 orang telah berpartisipasi sebagai relawan, sementara lebih dari 3.500 organisasi terdaftar sebagai pengguna layanan (Indorelawan.org, 2021).

Terlepas dari manfaat *online volunteering*, penelitian yang berusaha memahami faktor-faktor yang memengaruhi *online volunteering* masih terbatas dibandingkan dengan fenomena *offline* atau *traditional volunteering*. Mukherjee (2011) menemukan bahwa partisipan yang memiliki sikap positif terhadap *online volunteering* cenderung menghabiskan waktu lebih banyak setiap minggu untuk melakukan kegiatan tersebut. Namun, penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur dan terbatas pada lansia. Studi lain juga telah menggambarkan manfaat dan potensi *online volunteering* (Amichai-Hamburger, 2008; Brady et al., 2015). Selain itu, Mano (2014) menemukan hubungan antara penggunaan internet dengan tingkat keterlibatan sukarela secara *online* dan donasi *online*. Beberapa literatur juga telah menunjukkan hubungan antara penggunaan internet dengan *civic engagement* atau keterlibatan masyarakat (Connolly, 2014).

Adanya peningkatan kebutuhan terhadap relawan *online* saat ini mengindikasikan perlunya penelitian untuk mengidentifikasi prediktor psikologis yang dapat memengaruhi intensi individu untuk terlibat dalam kegiatan *online volunteering*. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor tersebut dengan menggunakan *Extended Theory of Planned Behavior* (TPB) atau Teori Perilaku Terencana, sebuah teori psikologi terkemuka untuk memprediksi perilaku manusia dalam berbagai situasi. TPB menyatakan bahwa tiga faktor (variabel standar) telah terbukti memengaruhi intensi perilaku, yaitu *attitudes* (sikap terhadap perilaku) yaitu bagaimana individu mengevaluasi atau menilai perilaku tersebut, *subjective norms* (norma subjektif) didefinisikan sebagai persepsi individu tentang sejauh mana orang terdekat mendukungnya untuk melakukan aktivitas tersebut, dan *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) mengacu pada persepsi tentang kemampuan individu untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 1991; Smith & McSweeney, 2007). Hingga saat ini, TPB telah digunakan untuk memahami *volunteering* dalam berbagai konteks (Li & Wu, 2019; Marta et al., 2014; Manosuthi et al., 2020; Tiraieyari & Krauss, 2018).

Namun, berdasarkan tinjauan literatur, penelitian yang menggunakan TPB untuk memahami mekanisme *online volunteering* masih sangat jarang. Sebuah studi dari Sura et al. (2017) menemukan bahwa sikap terhadap donasi *online* secara signifikan memprediksi intensi untuk berdonasi melalui situs jejaring sosial yang dimediasi oleh fitur internet. Studi lain juga menunjukkan bahwa variabel standar TPB memprediksi intensi untuk berbagi informasi dalam komunitas atau platform *online* (Erden et al., 2012; Ho et al., 2011). Dengan demikian, beberapa temuan ini mendukung penerapan TPB dalam memahami berbagai aktivitas *online*.

Dalam penelitian ini, tiga prediktor tambahan dimasukkan ke dalam model penelitian untuk meningkatkan kekuatan prediksi berdasarkan literatur yang ada. Norma moral yaitu persepsi internal tentang tanggung jawab individu untuk melakukan tindakan tertentu, juga terbukti memengaruhi intensi

berperilaku (Khan et al., 2019; Kim & Seock, 2019; Warburton & Terry, 2000). Beberapa studi terdahulu telah menunjukkan bahwa kewajiban moral secara khusus sangat penting dalam memprediksi perilaku prososial atau perilaku yang memiliki komponen moral (Smith & McSweeney, 2007). Temuan sebelumnya telah memberikan bukti tentang peran norma moral dalam memprediksi intensi *volunteering* tradisional (Clark et al., 2019; Hyde & Knowles, 2013). Akan tetapi, hingga saat ini, belum ada penelitian yang menginvestigasi pengaruh norma moral dalam kegiatan *online volunteering*, sehingga studi ini akan memasukkan norma moral sebagai salah satu variabel bebas.

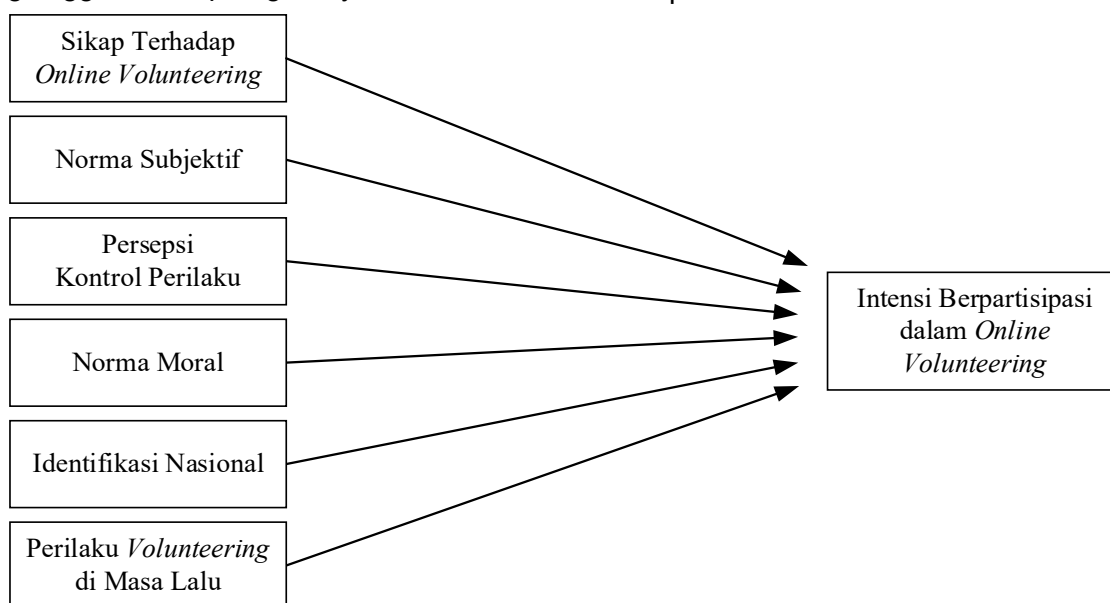
Selain itu, penelitian sebelumnya telah menunjukkan sejauh mana identifikasi kelompok dapat memengaruhi intensi perilaku, termasuk *volunteering* (Mayr, 2017). Peningkatan rasa kebersamaan dengan masyarakat dapat meningkatkan kemungkinan individu untuk terlibat dalam kegiatan *volunteering* (Jiang et al., 2018; Okun & Michel, 2006). Salah satu bentuk identifikasi kelompok adalah identifikasi nasional yaitu kekuatan hubungan individu dengan negara dan bangsanya. Individu dengan identifikasi kelompok tinggi akan lebih termotivasi menjadi relawan, sehingga menghasilkan intensi yang lebih tinggi untuk terlibat dalam kegiatan *volunteering*. Dengan kata lain, individu yang memiliki identifikasi diri yang tinggi terhadap negaranya akan merasa

lebih bertanggung jawab untuk berkontribusi terhadap pembangunan bangsanya (Lai et al., 2013; Lee et al., 2014). Namun, dampak dari identifikasi nasional di dalam studi *volunteering* masih kurang menjadi perhatian, sehingga variabel ini juga menjadi salah satu prediktor yang akan diteliti dalam penelitian.

Kemudian, peran perilaku di masa lalu dalam memprediksi intensi berbagai perilaku telah menjadi fokus beberapa peneliti sebelumnya (Hamilton et al., 2019; Knowles et al., 2012). Intensitas dapat dipengaruhi oleh perilaku di masa lalu karena individu umumnya akan mempertimbangkan apakah mereka pernah melakukan perilaku itu sebelumnya dengan baik, dan apakah mereka akan terus melakukan perilaku tersebut di masa depan. Berdasarkan hal tersebut, frekuensi perilaku *volunteering* di masa lalu diharapkan akan menjadi prediktor *online volunteering*.

Studi saat ini

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang memprediksi intensi untuk berpartisipasi dalam kegiatan *online volunteering*. Konsisten dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan *extended TPB* dengan menambahkan variabel norma moral, identifikasi nasional yang berasal dari teori identitas sosial, dan perilaku *volunteering* masa lalu. Gambar 1 menggambarkan model teoritis yang diuji dalam penelitian ini.



Gambar 1. Prediktor intensi berpartisipasi dalam *online volunteering*

Tiga hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Variabel standar TPB (sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku) akan memengaruhi intensi individu untuk berpartisipasi dalam *online volunteering*. Secara khusus, norma subjektif diprediksi akan memiliki pengaruh terbesar pada intensi, terutama dalam budaya kolektif yang merupakan konteks penelitian ini.

H2: Norma moral memengaruhi intensi berpartisipasi dalam *online volunteering*.

H3: Identifikasi nasional memengaruhi intensi berpartisipasi dalam *online volunteering*.

H4: Perilaku masa lalu akan memprediksi intensi terlibat dalam *online volunteering*.

Metode

Partisipan

Kriteria partisipan dalam penelitian ini berusia minimal 18 tahun dan pernah berpartisipasi dalam kegiatan *online volunteering* atau memiliki minat terhadap *online volunteering*. Partisipan diminta untuk mengisi *informed consent* (formular kesediaan mengikuti penelitian) sebelum mengisi kuesioner penelitian.

Sebanyak 208 individu berusia 18 tahun sampai dengan 49 tahun (57 laki-laki, 151 perempuan; $M_{usia} = 23,95$ tahun) direkrut sebagai partisipan dalam penelitian ini. Sekitar 86% partisipan belum menikah, sedangkan 53% berprofesi sebagai mahasiswa. Partisipan berfokus pada berbagai bidang dan masalah sosial (43,3% dalam isu sosial; 25,5% dalam isu pendidikan; 15,4% dalam isu lingkungan; 6,2% dalam isu penyakit parah; 9,6% di bidang lain). Partisipan direkrut dalam penelitian ini melalui organisasi dan komunitas *volunteering* ($n =$

64) dan situs jejaring sosial ($n = 140$). Empat orang tidak menyebutkan informasi tersebut.

Pengukuran

Partisipan diminta untuk mengisi delapan kuesioner daring dan pertanyaan demografis. Sejalan dengan penelitian Smith & McSweeney (2007), partisipan menilai pendapat mereka terhadap beberapa pernyataan menggunakan skala Likert 7 poin. Semua alat ukur telah melalui serangkaian proses adaptasi, yaitu penerjemahan dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia, dilanjutkan dengan proses *back translation* (terjemahan kembali ke bahasa Inggris) untuk memastikan kesesuaian terjemahan. Setelah itu, alat ukur didiskusikan dengan pakar di bidang Psikologi dan telah melalui proses uji coba. Dalam penelitian ini, koefisien reliabilitas 0,6-0,7 menunjukkan reliabilitas yang dapat diterima, sedangkan koefisien $\geq 0,8$ adalah reliabilitas yang sangat baik (Hulin et al., 2001). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Identifikasi nasional (Smeekes et al., 2011). Skala identifikasi nasional mengukur identifikasi masyarakat terhadap negara mereka (6 item; $\alpha = 0,86$; misalnya: "Saya memiliki rasa yang kuat dengan masyarakat Indonesia"; 1 *sangat tidak setuju*, 7 *sangat setuju*). Skor tinggi pada alat ukur ini menunjukkan identifikasi yang lebih kuat dengan negara.

Sikap terhadap *online volunteering* (Smith & McSweeney, 2007). Skala ini mengukur sikap partisipan terhadap *online volunteering*. Partisipan diminta untuk merespon satu pernyataan: "Berpartisipasi dalam kegiatan *online volunteering* dalam empat minggu ke depan akan..." dan memilih 8 item semantik diferensial ($\alpha = 0,95$; misalnya: tidak menyenangkan-menyenangkan, negatif-positif). Skor yang lebih tinggi pada alat ukur ini menunjukkan sikap yang lebih positif terhadap *online volunteering*.

Norma subjektif (Smith & McSweeney, 2007). Skala norma subjektif mengukur persepsi individu tentang sejauh mana orang terdekatnya berpendapat tentang partisipasi dalam *online volunteering* (6 item; $\alpha = 0,74$; misalnya: “Orang-orang terdekat saya akan mendukung saya untuk berpartisipasi dalam *online volunteering* dalam 4 minggu ke depan”; 1 *tidak benar sama sekali*, 7 *sangat benar*). Skor yang tinggi pada alat ukur ini mengindikasikan tingginya dukungan yang dirasakan kepada aktivitas *online volunteering*.

Persepsi kontrol perilaku (Smith & McSweeney, 2007). Skala persepsi kontrol perilaku menilai persepsi kontrol individu dalam keterlibatan pada *online volunteering* (5 item; $\alpha = 0,69$; misalnya: “Sebagian besar tergantung pada saya mengenai apakah saya akan berpartisipasi dalam kegiatan *online volunteering* dalam 4 minggu ke depan”; 1 *tidak benar sama sekali*, 7 *sangat benar*). Skor tinggi menunjukkan persepsi kontrol yang besar untuk berpartisipasi dalam *online volunteering*.

Norma moral (Smith & McSweeney, 2007). Norma moral diukur dengan empat item ($\alpha = 0,60$; misalnya: “Saya akan merasa bersalah jika saya tidak berpartisipasi dalam *online volunteering*”; 1 *sangat tidak mungkin*, 7 *sangat mungkin*). Skor yang lebih tinggi menunjukkan persepsi norma moral yang lebih besar terhadap *online volunteering*.

Perilaku masa lalu (Knowles et al., 2012). Variabel ini mengukur frekuensi aktivitas *online volunteering* sebelumnya dengan satu item tunggal: “Seberapa sering Anda berpartisipasi dalam *online volunteering*

di masa lalu?”; 1 *tidak pernah*, 7 *sering*.

Intensi berpartisipasi dalam *online volunteering* (Smith & McSweeney, 2007). Skala ini digunakan untuk menilai kesediaan partisipan untuk terlibat dalam *online volunteering* (5 item; $\alpha = 0,90$; misalnya: “Saya akan berpartisipasi dalam *online volunteering* dalam 4 minggu ke depan”; 1 *tidak sama sekali*, 7 *sangat banyak*). Skor yang lebih tinggi menunjukkan intensi yang lebih tinggi untuk berpartisipasi dalam *online volunteering*.

Demografi. Partisipan juga diminta untuk memberikan data demografis, seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status perkawinan, dan bidang *volunteering* yang mereka pernah ikuti atau minati.

Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik. Pertama, statistik deskriptif dilaporkan untuk semua variabel. Kemudian, semua hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan analisis regresi hirarki untuk mengetahui variabel yang memengaruhi intensi keterlibatan dalam *online volunteering* secara signifikan.

Hasil

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan nilai rata-rata (*Mean*) dan korelasi antar variabel dalam penelitian. Sebelum melakukan analisis data, korelasi antar variabel prediktor perlu dianalisis terlebih dahulu.

Tabel 1. Data deskriptif untuk semua variabel di dalam model penelitian (N = 208)

Variabel	M	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Intensi	4,89											
2. Sikap	5,64	0,47**										
3. Norma subjektif	4,93	0,65**	0,39**									
4. Persepsi kontrol perilaku	4,98	0,64**	0,31**	0,54**								
5. Norma moral	4,31	0,60**	0,38**	0,39**	.058**							

6. Identifikasi nasional	6,08	0,20**	0,24**	0,30**	0,27**	0,22**				
7. Perilaku masa lalu	4,35	0,45**	0,17*	0,35**	0,32**	0,46**	0,06			
8. Jenis kelamin	1,72	0,18**	0,01	0,12	0,10	0,06	-0,01	-0,02		
9. Status pernikahan	1,86	-0,03	-0,03	0,01	-0,10	-0,03	-0,05	-0,11	0,25**	
10. Usia	23,9	-0,002	-0,02	-0,04	0,05	-0,01	0,15*	0,06	-0,19**	-0,57**
11. Tingkat Pendidikan	1,67	-0,03	-0,08	-0,03	0,03	-0,05	0,04	0,08	-0,07	-0,17** 0,42**

Note: Variabel 1 sampai 7 dihitung dengan skala Likert 7 poin. Variabel 8, 9, 11 diskor secara dikotomi (jenis kelamin: 1 [*laki-laki*], 2 [*perempuan*]; status pernikahan: 1 [*menikah*], 2 [*belum menikah*]); tingkat pendidikan: 1 [*SMA sederajat*], 2 [*sarjana dan pascasarjana*]

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1, semua variabel memiliki korelasi yang signifikan, kecuali status pernikahan, usia, dan tingkat pendidikan. Dari data demografis, hanya jenis kelamin yang berkorelasi signifikan dengan intensi ($r = 0,18$; $p < 0,01$) meskipun kekuatan korelasi tersebut relatif lemah. Korelasi tertinggi ditemukan pada norma subjektif dan intensi terlibat dalam *online volunteering* dengan nilai 0,65 ($p < 0,01$), diikuti oleh norma moral ($r = 0,60$; $p < 0,01$).

Analisis Regresi Hirarki

Analisis regresi hirarki dilakukan untuk menguji prediktor terhadap intensi berpartisipasi dalam *online volunteering*. Variabel demografis yaitu jenis kelamin, usia, status pernikahan, dan tingkat pendidikan dimasukkan pada Tahap 1 untuk memastikan bahwa tidak ada efek *confounding* pada hasil akhir (Warburton & Terry, 2000). Variabel TPB dimasukkan pada Tahap 2, diikuti oleh norma moral pada Tahap 3 dan identifikasi nasional pada Tahap 4. Selanjutnya, perilaku pada masa lalu dimasukkan pada tahap terakhir analisis. Hasil analisis ditunjukkan pada Tabel 2 dan Gambar 2.

Tabel 2. Analisis Regresi Hirarki Memprediksi Intensi Berpartisipasi dalam *Online Volunteering*

Tahap	Variabel	R ²	R ² _{adjusted}	R ² _{change}	F _{change}	B	SE	Beta
1		0,040	0,021	0,040	2,041			
	Jenis kelamin					1,396	0,579	0,107*
	Usia					0,056	0,078	0,041
	Status pernikahan					0,094	0,885	0,006
	Tingkat pendidikan					-0,365	0,601	-0,030
2		0,590	0,576	0,551	89,659***			
	Sikap					0,127	0,033	0,185***
	Norma subjektif					0,328	0,058	0,312***
	Persepsi kontrol perilaku					0,309	0,068	0,267***
3		0,628	0,613	0,037	19,944***			
	Norma moral					0,257	0,079	0,190**
4		0,632	0,616	0,005	2,486			
	Identifikasi Nasional					-0,070	0,054	-0,060
5		0,646	0,628	0,014	7,561**			
	Perilaku di masa lalu					0,513	0,187	0,141**

Note: B = koefisien regresi tidak terstandar; SE = standard error; Beta = koefisien regresi terstandar. Angka di setiap variabel adalah angka yang muncul di tahap terakhir analisis.

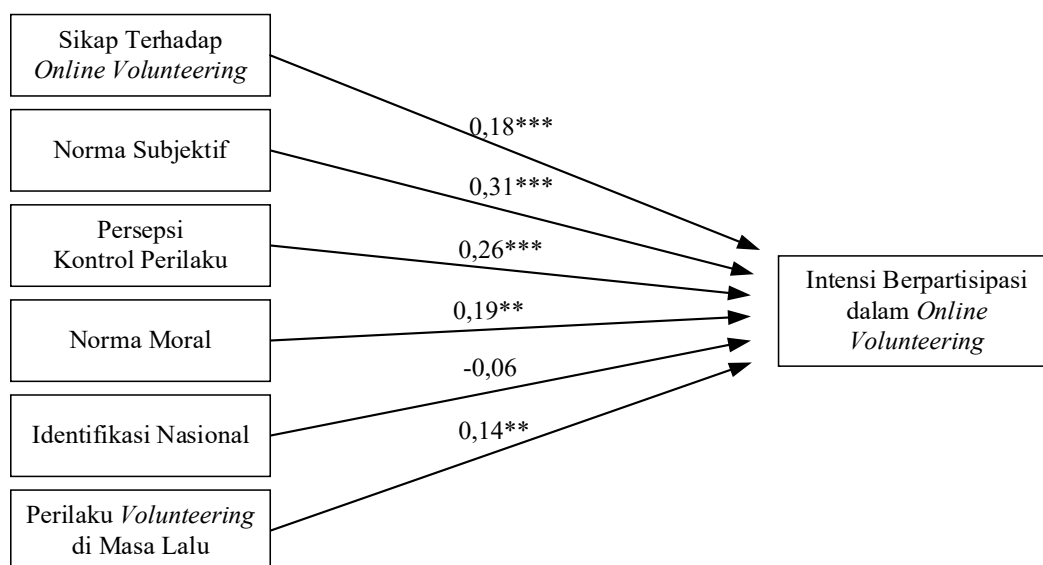
* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Seperti yang digambarkan pada Tabel 2, variabel demografis pada Tahap 1 menyumbang 4% dari varians pada intensi, $F(4, 203) = 2,096, p = 0,083$. Nilai *Beta* menunjukkan efek yang signifikan hanya pada jenis kelamin, $\beta = 0,198, p = 0,006$. Variabel standar TPB dimasukkan pada Tahap 2 dan secara signifikan menyumbang tambahan 55,1% pada varians intensi, $F(3, 200) = 89,659, p < .001$. Temuan ini mendukung hipotesis pertama (**H1**) bahwa variabel standar TPB dapat memprediksi intensi untuk berpartisipasi dalam *online volunteering*. Selain itu, norma subjektif ditemukan memiliki koefisien tertinggi sebesar 31,2%, sehingga hal ini menunjukkan bahwa norma subjektif berkontribusi lebih besar terhadap intensi daripada variabel standar TPB lainnya.

Norma moral pada Tahap 3 secara signifikan menyumbang peningkatan

3,7% pada varians intensi, $F(1, 199) = 19,944, p < .001$. Sejalan dengan hipotesis kedua (**H2**), nilai *Beta* menunjukkan efek yang signifikan bagi norma moral sebagai prediktor intensi ($\beta = 0,247, p < 0,001$). Namun, pada Tahap 4, hasil analisis menunjukkan bahwa identifikasi nasional tidak berkontribusi signifikan terhadap intensi, $F(1, 198) = 2,486, p = 0,116$ dengan nilai *Beta* sebesar $-0,074$. Dengan demikian, hipotesis ketiga (**H3**) ditolak yang berarti bahwa identifikasi nasional tidak mempengaruhi intensi berpartisipasi dalam *online volunteering*.

Mendukung hipotesis ketiga (**H4**), perilaku masa lalu pada tahap terakhir menyumbang peningkatan sebesar 1,4% pada varians intensi secara signifikan, $F(1, 197) = 7,561, p < 0,01$. Oleh karena itu, ketika semua variabel prediktor dimasukkan ke dalam analisis, model ini secara signifikan menyumbang sebesar 62,8% terhadap intensi terlibat dalam *online volunteering*, $F(10, 197) = 35,944, p < .001$.



Gambar 2. Prediktor intensi pada *online volunteering* dengan model *extended TPB*

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah menyelidiki prediktor intensi untuk berpartisipasi dalam kegiatan *online volunteering* dengan menggunakan *extended TPB*, termasuk norma moral, identifikasi nasional, dan perilaku masa lalu. Penelitian

ini lebih luas dalam hal model penelitian dan partisipan daripada penelitian-penelitian sebelumnya tentang *internet-mediated volunteering* (Mackay et al., 2016; Mukherjee, 2011). Berdasarkan hasil analisis, semua hipotesis dalam penelitian ini diterima, kecuali Hipotesis 3 karena variabel identifikasi nasional tidak memprediksi intensi untuk

berpartisipasi dalam *online volunteering* secara signifikan.

Berkenaan dengan hipotesis pertama, temuan ini konsisten dengan gagasan bahwa variabel standar TPB dapat digunakan untuk memprediksi intensi berpartisipasi dalam *online volunteering*. Menariknya, variabel TPB menjelaskan 55,1% dari varians intensi di mana persentase ini berada di atas persentase rata-rata kontribusi variabel TPB terhadap intensi yang dilaporkan dalam meta-analisis Armitage & Conner (2001) yaitu 39%. Hasil ini menunjukkan bahwa partisipan yang memiliki sikap positif terhadap *online volunteering*, merasa orang terdekat mendukungnya berpartisipasi dalam kegiatan ini, dan merasa ia memiliki kontrol untuk melakukan aktivitas tersebut diprediksi akan memiliki intensi yang lebih kuat untuk berpartisipasi dalam *online volunteering*.

Selain itu, seperti yang telah diperkirakan, norma subjektif memiliki efek yang lebih besar pada intensi dibandingkan dengan variabel TPB lainnya. Hasil ini konsisten dengan temuan Kim & Lee (2014) yang meneliti intensi menjadi relawan melalui situs jejaring sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki peran penting dalam memahami perilaku dalam budaya kolektif karena budaya ini lebih menekankan pada norma subjektif dibandingkan dengan budaya individualis (Mittelman & Rojas-Méndez, 2018; Trafimow & Fishbein, 1994).

Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Norma moral secara signifikan memprediksi intensi terlibat dalam *online volunteering*, sehingga hasil ini menunjukkan pentingnya norma moral pada perilaku dengan komponen moral. Temuan ini juga mendukung gagasan bahwa norma moral dapat meningkatkan kekuatan prediksi intensi untuk terlibat dalam perilaku prososial (Manosuthi et al., 2020; Taylor-Collins et al., 2019). Hal ini terjadi karena keputusan untuk melakukan *online volunteering* akan tergantung pada tanggung jawab yang dirasakan individu terhadap masyarakat.

Akan tetapi, hipotesis ketiga ditolak karena identifikasi nasional tidak memprediksi intensi untuk berpartisipasi dalam *online volunteering*. Terdapat beberapa penjelasan yang bisa menjelaskan hasil analisis ini. Pertama, tingginya skor identifikasi nasional partisipan mengindikasikan fenomena yang kurang jelas; apakah partisipan memang mengidentifikasi dirinya dengan sangat kuat kepada Indonesia, atau adanya fenomena menjadi "warga negara yang baik" di Indonesia (dan mungkin di masyarakat kolektif lainnya). Kedua, tingkat identifikasi nasional mungkin tidak sejalan dengan seberapa besar individu dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang dominan dalam negara tersebut. Dengan demikian, hal ini penting untuk menilai bagaimana individu memandang dan menginternalisasi budaya kolektif karena akan menentukan apakah mereka akan berpikir dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai budaya di negaranya. Ketiga, target kegiatan *volunteering* tidak dijelaskan secara rinci di alat ukur, sehingga partisipan lebih cenderung tidak berpartisipasi karena hasilnya tidak mempengaruhi orang di sekitarnya secara langsung (Kemmelmeier et al., 2006). Beberapa penjelasan tersebut mungkin menjadi penyebab identifikasi nasional tidak dapat memprediksi intensi individu untuk berpartisipasi dalam *online volunteering*.

Mengenai hipotesis keempat, meskipun perilaku masa lalu muncul sebagai prediktor intensi yang signifikan, kekuatan efeknya relatif lemah dibandingkan dengan temuan dari penelitian sebelumnya. Knowles et al. (2012) melaporkan bahwa perilaku masa lalu menjelaskan tambahan 3% pada varians intensi berdonasi pada mahasiswa, sementara perilaku masa lalu dalam penelitian ini hanya menyumbang 1,4% terhadap intensi. Persentase kontribusi yang relatif kecil dapat disebabkan oleh perilaku masa lalu adalah prediktor yang lebih baik untuk perilaku habitual yang dilakukan secara rutin dibandingkan perilaku yang membutuhkan pengambilan keputusan secara sadar atau non-habitual (Conner

& Armitage, 1998). *Online volunteering* termasuk ke dalam perilaku non-habitual karena tidak mungkin dilakukan setiap hari dan kesempatan untuk melakukannya relatif jarang. Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa efek dari perilaku masa lalu sangat bergantung pada jenis perilaku yang diukur.

Selain itu, analisis lebih lanjut mengungkapkan hasil yang cukup menarik pada jenis kelamin, di mana perempuan lebih mungkin untuk berpartisipasi dalam *online volunteering* daripada laki-laki. Meskipun jumlah partisipan perempuan lebih banyak pada penelitian ini, namun pada umumnya perempuan lebih bersedia untuk berpartisipasi dalam kegiatan sukarela (United Nations Volunteers, 2015). Selain karena peran sosial umumnya menekankan karakter komunal, hangat, penyayang, dan peka pada wanita, norma sosial mendorong perempuan untuk mengambil peran *caretaking* (pengasuhan) dalam masyarakat (Diekmann & Clark, 2015). Dengan kata lain, perempuan lebih cenderung membantu dan memenuhi kebutuhan orang lain secara alamiah termasuk terlibat dalam kegiatan *volunteering*, sedangkan pria membutuhkan faktor-faktor tertentu (seperti pekerjaan, kepercayaan) untuk memotivasi mereka agar terlibat sebagai relawan (Einolf, 2011; Hollander et al., 2011).

Terlepas dari beberapa temuan penelitian ini, ada beberapa keterbatasan dalam penelitian yang dapat menjadi pertimbangan penelitian selanjutnya. Pertama, dua alat ukur dalam penelitian ini memiliki reliabilitas dalam rentang 0,6 hingga 0,7 yaitu alat ukur Persepsi Kontrol Perilaku dan Norma Moral. Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan lebih mendalam apabila ingin mengadaptasi alat ukur tersebut. Selain itu, penelitian ini tidak mengukur perilaku *online volunteering* yang sebenarnya. Dengan demikian, pengaruh intensi pada perilaku nyata tidak dapat dianalisis. Studi longitudinal yang mengukur perilaku nyata dalam *online volunteering* akan sangat bermanfaat untuk memahami mekanisme perilaku ini secara menyeluruh karena menjadi relawan *online* bukan hanya

aktivitas satu kali.

Kedua, sebagian besar partisipan penelitian adalah perempuan. Proporsi jenis kelamin partisipan yang tidak seimbang ini tidak dapat dihindari karena persentase relawan perempuan umumnya lebih besar daripada laki-laki (United Nations Volunteers, 2015). Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memastikan bahwa proporsi ini tidak mempengaruhi validitas hasil penelitian adalah dengan membandingkan hasil ini dengan penelitian selanjutnya yang mengontrol jumlah pria dan wanita sebagai partisipan. Selain jenis kelamin, penelitian yang mengeksplorasi perbedaan budaya (individualis vs kolektif) akan menjadi informasi yang bermanfaat.

Selanjutnya, hasil yang tidak signifikan antara identifikasi nasional dan intensi mengindikasikan adanya kelompok yang lebih relevan untuk diukur terkait *online volunteering*, seperti identifikasi kepada organisasi relawan, atau dengan relawan *online* lainnya. Dengan menjadi anggota komunitas atau organisasi relawan tertentu, individu akan lebih mungkin untuk berpartisipasi dalam kegiatan *volunteering* karena komunitas atau organisasi cenderung mempromosikan kegiatan prososial yang bermanfaat bagi masyarakat.

Online volunteering adalah bentuk keterlibatan masyarakat dalam melakukan kegiatan prososial melalui internet. Dengan demikian, pemahaman terkait faktor psikologis yang dapat memotivasi individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan *online volunteering* merupakan hal yang penting dilakukan. Temuan penelitian ini dapat bermanfaat bagi organisasi, platform, dan komunitas *online volunteering* untuk merancang strategi dan program yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan *online volunteering*, khususnya mengembangkan pandangan positif masyarakat Indonesia terhadap kegiatan *online volunteering* dan mempromosikan dampak positif dari keterlibatan masyarakat terhadap

online volunteering di berbagai media sosial. Selain itu, menjadi relawan *online* dapat menjadi langkah awal bagi individu yang belum memiliki pengalaman menjadi relawan sebelumnya untuk terlibat dalam kegiatan *volunteering* secara langsung di masa depan. Situasi ini tentu berguna bagi negara secara umum karena peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan *online volunteering* terbukti berhubungan dengan peningkatan keterlibatan warga negara kepada negara.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan beberapa prediktor psikologis yang dapat memengaruhi intensi berpartisipasi dalam *online volunteering* dengan menggunakan *extended TPB*. Berdasarkan hasil analisis, variabel sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, norma moral, dan perilaku masa lalu secara signifikan memprediksi intensi individu untuk mengikuti *online volunteering*, sedangkan identifikasi nasional tidak terbukti memprediksi intensi tersebut. Selain itu, norma subjektif memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap intensi berperilaku dibandingkan dengan variabel lain dalam penelitian ini. Model penelitian berkontribusi sebesar 62,8% dalam memprediksi intensi individu untuk terlibat *online volunteering*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam studi ini. Dengan demikian, penelitian ini telah membahas peran faktor kognitif dan normatif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan *online volunteering*.

Daftar Pustaka

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organisational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Amichai-Hamburger, Y. (2008). Potential and promise of online volunteering. *Computers in Human Behavior*, 24, 544-562. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.02.004>.

Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499. Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>.

Brady, E., Morris, M. R., & Bigham, J. P. (2015). Gauging receptiveness to social micro-volunteering. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1055-1064). ACM. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702329>.

Clark, E., Mulgrew, K., Kannis-Dymand, L., Schaffer, V., & Hoberg, R. (2019). Theory of planned behaviour: Predicting tourists' pro-environmental intentions after a humpback whale encounter. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(5), 649-667. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1603237>.

Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behaviour: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1429-1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>.

Connolly, A. J. (2014). The use and effectiveness of online social media in volunteer organisations. *Graduate Theses and Dissertations*. <https://www.proquest.com/openview/7ca7dd85f771e11191d2d292192041/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>.

Cravens, J. (2000). Virtual volunteering: Online volunteers providing assistance to human service agencies. *Journal of Technology in Human Services*, 17, 119-136. https://doi.org/10.1300/J017v17n02_02.

Cravens, J. (2014). Internet-mediated volunteering in the EU: Its history, prevalence, and approaches and how it relates to employability and social inclusion. JRC Working Papers (No. JRC85755).

Diekman, A. B., & Clark, E. K. (2015). Beyond the damsel in distress: Gender

- differences and similarities in enacting prosocial behavior. *The Oxford handbook of prosocial behavior*, 12, 376-391.
- Einolf, C. J. (2011). Gender differences in the correlates of volunteering and charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40, 1092-1112. <https://doi.org/10.1177/0899764010385949>.
- Ellis, S. J., & Cravens, J. (2000). *The virtual volunteering guidebook*. <http://www.serviceleader.org/sites/default/files/file/vvguide.pdf>.
- Erden, Z., Von Krogh, G., & Kim, S. (2012). Knowledge sharing in an online community of volunteers: The role of community munificence. *European Management Review*, 9, 213-227. <https://doi.org/10.1111/j.1740-4762.2012.01039.x>.
- Hamilton, K., Peden, A. E., Smith, S., & Hagger, M. S. (2019). Predicting pool safety habits and intentions of Australian parents and carers for their young children. *Journal of Safety Research*, 71, 285-294. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.07.038>.
- Ho, S. C., Ting, P. H., Bau, D. Y., & Wei, C. C. (2011). Knowledge-sharing intention in a virtual community: A study of participants in the Chinese Wikipedia. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 541-545. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0106>.
- Hollander, J. A., Renfrow, D. G., & Howard, J. A. (2011). *Gendered situations, gendered selves: A gender lens on social psychology*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Hulin, C., Netemeyer, R., & Cudeck, R. (2001). Can a reliability coefficient be too high?. *Journal of Consumer Psychology*, 10(1/2), 55-58.
- Hyde, M. K., & Knowles, S. R. (2013). What predicts Australian university students' intentions to volunteer their time for community service? *Australian Journal of Psychology*, 65, 135-145. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12014>.
- Ihm, J. (2016). Classifying and relating different types of online and offline volunteering. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Non-profit Organizations*, 1-20. <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9826-9>.
- Indorelawan. (2021). *Ambil peran jadi relawan*. <https://www.indorelawan.org/>.
- Jiang, G., Garris, C. P., & Aldamer, S. (2018). Individualism behind collectivism: A reflection from Saudi volunteers. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 29(1), 144-159. <https://doi.org/10.1007/s11266-017-9872-y>.
- Kemmelmeier, M., Jambor, E. E., & Letner, J. (2006). Individualism and good works: Cultural variation in giving and volunteering across the United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37, 327-344. <https://doi.org/10.1177/0022022106286927>.
- Khan, F., Ahmed, W., & Najmi, A. (2019). Understanding consumers' behavior intentions towards dealing with the plastic waste: Perspective of a developing country. *Resources, Conservation and Recycling*, 142, 49-58. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.11.020>.
- Kim Y., & Lee W. N. (2014). Networking for philanthropy: Increasing volunteer behavior via social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17, 160-165. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0415>.
- Kim, S. H., & Seock, Y. K. (2019). The roles of values and social norms on personal norms and pro-environmentally friendly apparel product purchasing behavior: The mediating role of personal norms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 83-90. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.023>.
- Knowles, S. R., Hyde, M. K., & White, K. M. (2012). Predictors of young people's charitable intentions to donate money: An extended theory of planned behavior perspective. *Journal*

- of *Applied Social Psychology*, 42(9), 2096-2110. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2012.00932.x>.
- Lai, M. H., Ren, M. Y., Wu, A., & Hung, E. P. (2013). Motivation as mediator between national identity and intention to volunteer. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 23, 128-142. <https://doi.org/10.1002/casp.2108>.
- Lee, C. K., Reisinger, Y., Kim, M. J., & Yoon, S. M. (2014). The influence of volunteer motivation on satisfaction, attitudes, and support for a mega-event. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 37-48. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.003>.
- Li, C., & Wu, Y. (2019). Understanding voluntary intentions within the theories of self-determination and planned behavior. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 31(4), 378-389. <https://doi.org/10.1080/10495142.2018.1526745>.
- Mackay, S. A., White, K. M., & Obst, P. L. (2016). Sign and share: What influences our participation in online micro-volunteering. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19, 257-263. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0282>.
- Mano, R. S. (2014). Social media, social causes, giving behavior and money contributions. *Computers in Human Behavior*, 31, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.044>.
- Manosuthi, N., Lee, J. S., & Han, H. (2020). Predicting the revisit intention of volunteer tourists using the merged model between the theory of planned behavior and norm activation model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(4), 510-532. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1784364>.
- Marta, E., Manzi, C., Pozzi, M., & Vignoles, V. L. (2014). Identity and the theory of planned behavior: predicting maintenance of volunteering after three years. *The Journal of Social Psychology*, 154, 198-207. <https://doi.org/10.1080/00224545.2014.881769>.
- Mayr, M. L. (2017). Transformational leadership and volunteer firefighter engagement: the mediating role of group identification and perceived social impact. *Nonprofit Management and Leadership*, 28(2), 259-270. <https://doi.org/10.1002/nml.21279>.
- Mittelman, R., & Rojas-Méndez, J. (2018). Why Canadians give to charity: An extended theory of planned behaviour model. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15(2), 189-204. <https://doi.org/10.1007/s12208-018-0197-3>.
- Mukherjee, D. (2011). Participation of older adults in virtual volunteering: A qualitative analysis. *Ageing International*, 36, 253-266. <https://doi.org/10.1007/s12126-010-9088-6>.
- Okun, M. A., & Michel, J. (2006). Sense of community and being a volunteer among the young-old. *Journal of Applied Gerontology*, 25, 173-188. <https://doi.org/10.1177/0733464806286710>.
- Smeeke, A., Verkuyten, M., & Poppe, E. (2011). Mobilizing opposition towards Muslim immigrants: National identification and the representation of national history. *British Journal of Social Psychology*, 50, 265-280. <https://doi.org/10.1348/014466610X516235>.
- Smith, J. R., & McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behaviour. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 17, 363-386. <https://doi.org/10.1002/casp.906>.
- Sura, S., Ahn, J., & Lee, O. (2017). Factors influencing intention to donate via social network site (SNS): From Asian's perspective. *Telematics and Informatics*, 34, 164-176. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.007>.
- Taylor-Collins, E., Harrison, T., Thoma, S. J., & Moller, F. (2019). A habit of social action: Understanding the factors associated with adolescents who have made a habit of helping others. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and*

- Nonprofit Organizations*, 30(1), 98-114.
- Tiraieyari, N., & Krauss, S. E. (2018). Predicting youth participation in urban agriculture in Malaysia: Insights from the theory of planned behavior and the functional approach to volunteer motivation. *Agriculture and Human Values*, 35(3), 637-650. <https://doi.org/10.1007/s10460-018-9854-8>.
- Trafimow, D., & Fishbein, M. (1994). The moderating effect of behavior type on the subjective norm-behaviour relationship. *The Journal of Social Psychology*, 134, 755-763. [tps://doi.org/10.1080/00224545.1994.9923010](https://doi.org/10.1080/00224545.1994.9923010).
- United Nations Volunteers. (2015). Inspiration in Volunteer Action: Annual Report 2014 [e-book]. Denmark: Communications Section, UNV. Diakses dari: <https://www.unv.org/annual-report-2014/pdf/UNV-Annual-report-2014.pdf>.
- Warburton, J., & Terry, D. J. (2000). Volunteer decision making by older people: A test of a revised theory of planned behaviour. *Basic and Applied Social Psychology*, 22, 245-257. https://doi.org/10.1207/S15324834BASP2203_11.