

**HUBUNGAN ANTARA EMPATI DAN PERILAKU *MODELING*
DENGAN *ALTRUISME* PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1)
Psikologi (S.Psi)



Mukhammad Nurdin Aziz

J71216117

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Hubungan antara Empati dan Perilaku *Modeling* dengan *Altruisme* pada Generasi Z di Surabaya” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 04 Agustus 2022



Mukhammad Nurdin Aziz

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Hubungan Antara Empati dan Perilaku *Modeling* Dengan *Altruisme* Pada Generasi Z
Di Surabaya

Oleh:

Mukhammad Nurdin Aziz

J71216117

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Ujian Skripsi

Surabaya, 04 Agustus 2022

Dosen Pembimbing



Hj. Tatik Mukhoyyaroh, S.Psi., M.Si.

NIP. 197605112009122002

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**Hubungan antara Empati dan Perilaku *Modeling* dengan *Altruisme* pada
Generasi Z di Surabaya**

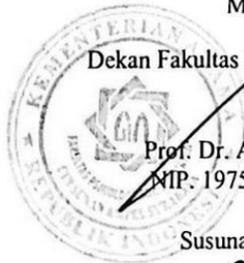
Yang disusun oleh:
Mukhammad Nurdin Aziz

J71216117

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada Tanggal 12 Agustus 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan



Prof. Dr. Abdul Muhiq, M.Si
NIP. 197502052003121002

Susunan Tim Penguji

Penguji I,

Hj. Tatik Mukhoyyarok, S.Psi., M.Si
NIP. 197605112009122002

Penguji II,

Dr. Suryani, S.Ag, S.Psi, M.Si
NIP. 197708122005012004

Penguji III,

Mei Lina Fitri Kumalasari, S.ST., M.Kes
NIP. 198805182014032002

Penguji IV,

Funsu Andarna, M.Kes

NIP. 198710142014032002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mukhammad Nurdin Aziz
NIM : J71216117
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan/Psikologi
E-mail address : nurdinaziz78@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Hubungan antara Empati dan Perilaku *Modeling* dengan *Altruisme* pada Generasi Z

di Kota Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Juli 2022

Penulis

(Mukhammad Nurdin Aziz)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi akhir-akhir ini banyak dari kalangan selebritas dan influencer melakukan penggalangan dana untuk membantu upaya pemerintah dalam melakukan pencegahan penularan virus covid-19 yang tengah terjadi saat ini (cnnindonesia.com). Menurut Sladek dan Grabinger (2014) generasi z adalah generasi yang berpengaruh dalam lingkungannya. Diketahui data dari gopay digital donation pada tahun 2020 bahwa selama masa pandemi covid-19 metode berdonasi secara digital menunjukkan peningkatan di semua kelompok usia dengan generasi z yang mengalami peningkatan lebih besar dibandingkan kelompok usia lainnya dengan presentase 16% kemudian diikuti oleh generasi milenial dan generasi x yang masing-masing 9% dan 7%. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Adapun variabel yang digunakan adalah empati dan perilaku modeling sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen yakin altruisme. Hipotesis pertama, ditemukan hasil bahwa empati dengan altruisme memiliki hubungan positif yang signifikan. Dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,305. Hipotesis kedua, hasil yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku modeling dengan altruisme. Dilihat dari hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,659 dengan signifikansi 0,000 0,05. Hipotesis ketiga, hubungan antara empati dengan perilaku modeling dengan altruisme memiliki hubungan positif yang signifikan. Dengan nilai F hitung 198,902 dan signifikansi 0,000 0,05. Hasil analisis regresi dimana nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,501 yang berarti empati dan perilaku modeling memiliki pengaruh terhadap altruisme sebesar 50,1%. Tak hanya itu, empati dan perilaku modeling memiliki besar pengaruh atau sumbangan efektif (SE). Pada variabel empati, sumbangan efektif yang diberikan sebanyak 15,6%, sedangkan untuk variabel perilaku modeling sumbangan efektif sebesar 34,5%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini perilaku modeling memberikan dampak yang lebih besar pada altruisme daripada empati.

Kata Kunci: *Altruisme, Empati, Perilaku Modeling, Generasi Z*

ABSTRACT

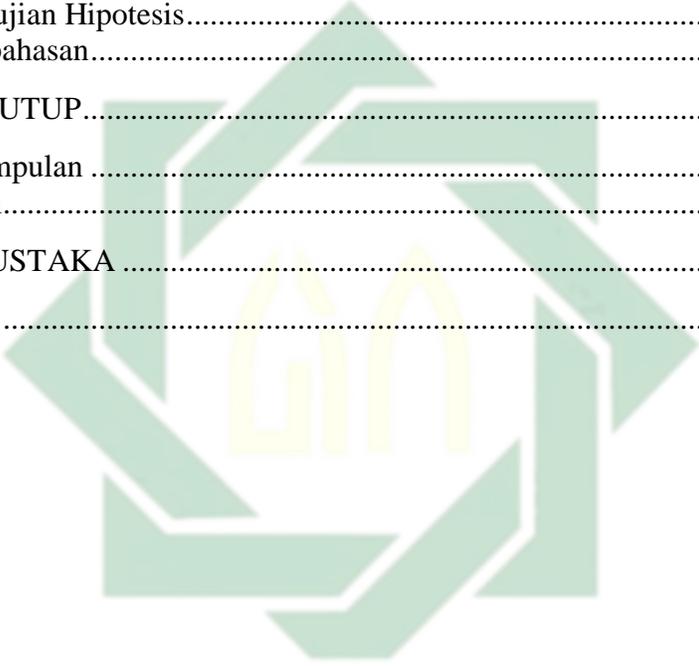
The phenomenon that has occurred lately is that many celebrities and influencers are raising funds to help the government's efforts to prevent the transmission of the COVID-19 virus that is currently happening (cnnindonesia.com). According to Sladek and Grabinger (2014) Generation Z is a generation that is influential in its environment. It is known data from gopay digital donation in 2020 that during the COVID-19 pandemic the digital donation method showed an increase in all age groups with generation z experiencing a greater increase than other age groups with a percentage of 16% followed by millennial and generation x. which are 9% and 7%, respectively. This study uses quantitative research. The variables used are empathy and modeling behavior as independent variables, while the dependent variable believes in altruism. The first hypothesis, found that empathy with altruism has a significant positive relationship. And has a regression coefficient of 0.305. The second hypothesis, the results obtained indicate a positive and significant relationship between modeling behavior and altruism. Judging from the results of the correlation coefficient value of 0.659 with a significance of 0.000 0.05. The third hypothesis, the relationship between empathy and modeling behavior with altruism has a significant positive relationship. With a calculated F value of 198.902 and a significance of 0.000 0.05. The results of the regression analysis where the value of R Square or the coefficient of determination is 0.501, which means that empathy and modeling behavior have an influence on altruism of 50.1%. Not only that, empathy and modeling behavior have a great influence or effective contribution (SE). On the empathy variable, the effective contribution given is 15.6%, while for the behavioral modeling variable the effective contribution is 34.5%. From these results it can be said that in this study modeling behavior has a greater impact on altruism than empathy.

Keywords: Altruism, Empathy, Modeling Behavior, Generation Z

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Keaslian Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. <i>Altruisme</i>	13
B. Empati	20
C. Perilaku Modeling.....	21
D. Hubungan Antara Empati dan Perilaku Modeling dengan <i>Altruisme</i>	24
E. Kerangka Teoritik	26
F. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Rancangan Penelitian	31

B. Identifikasi Variabel.....	32
C. Definisi Operasional.....	32
D. Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling.....	33
E. Instrumen Penelitian.....	35
F. Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian	48
B. Pengujian Hipotesis.....	57
C. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	79



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Aitem Skala Likert	35
Tabel 3.2 Blueprint Skala Altruisme.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Tryout Skala Altruisme	38
Tabel 3.4 Blueprint Skala Altruisme Setelah Aitem Digugurkan	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Skala Altruisme	40
Tabel 3.6 Blueprint Skala Empati	40
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Tryout Skala Empati	41
Tabel 3.8 Blueprint Skala Empati Setelah Aitem Digugurkan	41
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Skala Empati	42
Tabel 3.10 Blueprint Skala Perilaku Modeling	42
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Tryout Skala Perilaku Modeling	43
Tabel 3.12 Blueprint Skala Perilaku Modeling Setelah Aitem Digugurkan	44
Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Modeling	45
Tabel 4.1 Sebaran Data Subjek Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 Sebaran Data Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Sebaran Data Subjek Berdasarkan Status Pendidikan	51
Tabel 4.4 Sebaran Data Subjek Berdasarkan Bentuk Donasi	51
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Data	52
Tabel 4.6 Norma Kategorisasi.....	53
Tabel 4.7 Norma Kategorisasi Skala Altruisme.....	54
Tabel 4.8 Hasil Kategorisasi Skala Altruisme	54
Tabel 4.9 Kategorisasi Skala Empati	55
Tabel 4.10 Hasil Kategorisasi Skala Empati.....	55
Tabel 4.11 Norma Kategorisasi Skala Perilaku Modeling	56

Tabel 4.12 Hasil Kategorisasi Skala Perilaku Modeling	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.17 Hasil Korelasi Antara Empati, Perilaku Modeling, dan Altruisme	61
Tabel 4.18 Hasil Korelasi Empati dan Perilaku Modeling Secara Bersama dengan Altruisme	62
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Regresi	62
Tabel 4.20 Besar Pengaruh Variabel X1 dan X2 Terhadap Variabel Y	64
Tabel 4.21 Hasil Harga Cross-products Variabel X Terhadap Variabel Y.....	65
Tabel 4.22 Hasil Harga Koefisien (B) Variabel X Terhadap Variabel Y	65
Tabel 4.23 Nilai Regresi	66
Tabel 4.24 Hasil Sumbangan Efektif (SE) Tiap Variabel X Terhadap Variabel Y	66

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Skor Data Kasar Skala Altruisme.....	80
Lampiran 2: Skor Data Kasar Skala Empati	93
Lampiran 3: Skor Data Kasar Skala Perilaku Modeling	106
Lampiran 4: Kuesioner Alat Ukur: Skala Altruisme.....	119
Lampiran 5: Kuesioner Alat Ukur: Skala Empati	120
Lampiran 6: Kuesioner Alat Ukur: Skala Perilaku Modeling.....	121
Lampiran 7: Hasil Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala Altruisme	122
Lampiran 8: Hasil Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala Empati.....	123
Lampiran 9: Hasil Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala Perilaku Modeling.....	124
Lampiran 10: Hasil Output Uji Normalitas.....	125
Lampiran 11: Hasil Output Uji Linearitas	126
Lampiran 12: Hasil Output Uji Multikolinearitas.....	127
Lampiran 13: Hasil Output Uji Heteroskedastisitas.....	127
Lampiran 14: Hasil Output Uji Regresi Linier Berganda	128
Lampiran 15: Hasil Output Sumbangan Efektif.....	130

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya Indonesia sangat menjunjung tinggi perilaku tolong menolong, sungguh ironis jika realita yang terjadi adalah sebaliknya, perilaku individu jauh dari nilai-nilai reflektif budaya. Nilai-nilai dasar dalam masyarakat seperti sifat dan perilaku sopan santun, kebersamaan, gotong royong, dan tolong menolong seiring dengan berkembangnya zaman mulai luntur dan bahkan telah diabaikan oleh sebagian masyarakat. Masih banyak masyarakat yang membutuhkan bantuan, seperti contohnya anak marjinal yang tidak bisa bersekolah membutuhkan bantuan dari relawan pengajar. Relawan merupakan prediktor dari perilaku kehidupan nyata, yang dimana *altruisme* adalah kunci dalam memilih kegiatan sukarelawan (Carpenter & Myers, 2010). Perilaku menolong secara *altruisme* merupakan hal yang tidak ada manfaat untuk dirinya, yang berarti menolong harus ikhlas, murni ketulusan, jauh dengan keinginan mendapat imbalan baik pujian maupun materi (Taufik, 2012).

Altruisme mengacu pada perilaku sukarela yang secara langsung membantu orang lain tanpa memikirkan diri sendiri (Carmeli & Josman, 2006). *Altruisme* yang akan menguntungkan orang lain akan membuat beban hidup orang yang ditolong akan berkurang (Zwick & Fletcher, 2014). Rachlin (2002)

menyatakan bahwa perilaku *altruisme* yang baik dan memberi manfaat bagi orang lain akan cenderung membuat seseorang dapat berkomitmen untuk tindakannya.

Fenomena yang terjadi akhir-akhir ini banyak dari kalangan selebritas dan *influencer* melakukan penggalangan dana untuk membantu upaya pemerintah dalam melakukan pencegahan penularan virus covid-19 yang tengah terjadi saat ini (cnnindonesia.com, 2020). Salah satu *influencer* dan selebgram, Rachel Venya tergugah untuk membuka donasi untuk masyarakat melalui situs kitabisa.com, ia berhasil mengumpulkan dana sebesar Rp 1.200.000.000 dan akan diberikan kepada masyarakat dan tenaga medis yang terdampak covid-19 (kompas.com). Selain itu, Atta Halilintar juga melakukan penggalangan dana untuk keperluan tabung oksigen dan dana yang terkumpul sebanyak lebih dari Rp 171.000.000 (cerdasbelanja.grid.id, 2021).

Data diatas menunjukkan bahwa para *influencer* maupun selebritas telah melakukan penggalangan dana baik secara materil maupun non materil. Walaupun situasi pandemi covid-19 tidak menjadi alasan bagi masyarakat untuk berhenti berbagi dan saling membantu dengan sesama. Hal ini menjadi contoh baik bagi berbagai kalangan termasuk remaja. Pernyataan tersebut didukung oleh Giles dan Maltby (2004) mengatakan bahwa tokoh-tokoh dalam media massa berpotensi menjadi salah satu orang yang dianggap penting oleh remaja saat ini.

Tapscoot (2008) menyatakan bahwa generasi yang paling terdampak perkembangan teknologi informasi yang pesat adalah generasi z. Generasi Z merupakan generasi yang dilahirkan kisaran tahun 1998-2009 sehingga sering disebut generasi teknologi. Menurut Sladek dan Grabinger (2014) generasi z adalah generasi yang berpengaruh dalam lingkungannya. Diketahui data dari *gopay digital donation* pada tahun 2020 bahwa selama masa pandemi covid-19 metode berdonasi secara digital menunjukkan peningkatan di semua kelompok usia dengan generasi z yang mengalami peningkatan lebih besar dibandingkan kelompok usia lainnya dengan presentase 16% kemudian diikuti oleh generasi milenial dan generasi x yang masing-masing 9% dan 7%.

Penggunaan teknologi semakin meningkat, hal tersebut berlandaskan pada berbagai fitur kecanggihan dan arus perkembangan zaman. Salah satunya juga perilaku generasi z terhadap minat teknologi. “Sebenarnya ini sudah terlihat pada 2019. Dimana terjadi lonjakan persentase kalangan gen z maupun milenial untuk berdonasi melalui Dompot Dhuafa. Angkanya ada 60% donatur Dompot Dhuafa diduduki oleh Gen Z maupun milenial..” ujar Doni Marlan, selaku Direktur Mobilisasi ZIS Dompot Dhuafa (republika.co.id).

Fenomena diatas merupakan salah satu contoh bahwa generasi z ini ikut berpartisipasi dalam kegiatan tolong menolong terhadap sesama atau dalam istilah psikologi *altruisme*. *Altruisme* yaitu minat yang tidak mementingkan diri sendiri untuk menolong orang lain. Walaupun mereka sering kali digambarkan sebagai seorang yang egosentris dan egois atau mementingkan diri sendiri,

tingkah laku *altruisme* juga terhitung cukup banyak. Timbal balik dari pertukaran juga merupakan bagian dari *altruisme* (Brown dalam (Santrock, 2003)).

Menurut Myers (2012) *altruisme* memiliki 3 aspek yaitu: (1) memberikan perhatian terhadap orang lain. (2) membantu orang lain. (3) meletakkan kepentingan orang lain diatas kepentingan pribadi. Penting sekali bahwa generasi z saat ini memiliki perilaku *altruisme* karena salah satu tugas perkembangannya dituntut untuk dapat mencapai tingkah laku sosial yang bertanggung jawab. Namun pada kenyataannya kurang peduli terhadap lingkungannya dalam bermasyarakat maupun lingkungan sekolahnya.

Altruisme sendiri memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya, salah satunya adalah empati. Menurut Jolliffe & Farrington (2006) kemampuan dalam memahami kondisi dan ikut merasakan sebagian keadaan emosional orang lain disebut empati. Dalam hal ini keberhasilan seseorang dalam menjalin hubungan sosial dengan orang lain dilihat dari kemampuannya dalam memahami kondisi dan perasaan orang lain (Mujahidah & Listiyandini, 2008).

Menurut Myers (Sarwono dan Meinarno, 2009) mengungkapkan faktor dari dalam diri yang mempengaruhi perilaku altruistik yaitu suasana hati, sifat jenis kelamin, dan tempat tinggal. Selain itu Desmita (2009) juga mengungkapkan bahwa *altruisme* dipengaruhi oleh banyak faktor dari dalam diri manusia misalnya, kepribadian, kemampuan moral, kognitif, dan empati.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Andromeda dan Prihatini (2014) mengenai hubungan empati dengan perilaku *altruisme* diperoleh hasil adanya hubungan positif yang signifikan antara empati dengan perilaku *altruisme* pada karang taruna desa pakang, yang berarti hipotesis diterima. Agustin (2008) menjelaskan bahwa empati memberikan kontribusi terhadap *altruisme* sebesar 50,4% dan 49,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsari & Mardiana (2016) menyatakan bahwa individu yang memiliki rasa empati tinggi akan mampu berperilaku *altruisme*.

Menurut Myers (2012) faktor lain dari *altruisme* adalah *modeling*. Teori kognitif sosial menjelaskan bahwa seseorang dapat belajar hanya dengan mengamati perilaku orang lain. *Observational learning* (pembelajaran observasional) atau disebut juga *modeling* (pemodelan) adalah sebuah kapasitas kognitif seseorang yang membuat dirinya mampu untuk mempelajari sebuah perilaku kompleks hanya dengan mengamati model tampilan perilaku tersebut. Seperti yang telah dijelaskan oleh Bandura dalam (Cervone & Pervin, 2012), bahwa seseorang dapat membentuk representasi mental internal pada perilaku yang telah dia observasi, kemudian menggunakan representasi mental tersebut untuk situasi yang berikutnya.

Perilaku *altruisme* orang dewasa bisa dipengaruhi melalui model. Seperti penelitian Bryan & Test (Myers, 2012), menemukan bahwa para pengemudi di *Los Angeles* akan cenderung menawarkan bantuan kepada seorang pengemudi wanita yang ban kempes apabila seperempat mil sebelumnya

mereka menyaksikan orang lain membantu wanita lain mengganti ban. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Sarwono & Meinarno (2009) adanya model yang melakukan perilaku altruistik dapat memotivasi seseorang untuk memberikan pertolongan pada orang lain.

Dalam keseharian sering dijumpai peminta sumbangan menuliskan atau mencantumkan daftar nama penyumbang dan besar sumbangan yang diberikannya dengan nominal yang cukup banyak. Hal tersebut sering kali berhasil untuk mendorong calon penyumbang agar mau menyumbangkan. Walaupun beberapa dari daftar tersebut adalah fiktif. Selain peranan model penolong di dunia nyata, model penolong di media juga cukup efektif untuk membentuk norma sosial yang mendukung perilaku menolong (Sarwono & Meinarno, 2009).

Beberapa studi yang telah dipaparkan tersebut memberikan bukti yang kuat bahwa *modeling* merupakan faktor yang bisa membentuk kecenderungan *altruisme*. Seseorang dapat mempelajari aturan tentang siapa yang harus ditolong dan kapan waktu yang tepat. Namun semakin dewasa seseorang, perilaku membantu mungkin sudah menjadi nilai yang diinternalisasikan tanpa adanya insentif eksternal (Taylor, Peplau, & Sears, 2009). Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin mengetahui lebih tentang hubungan antara kecerdasan emosi dan perilaku modeling dengan *altruisme* pada generasi z di kota Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengungkap rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara empati dengan *altruisme* pada generasi z?
2. Apakah terdapat hubungan antara perilaku modeling dengan *altruisme* pada generasi z?
3. Apakah terdapat hubungan antara empati dan perilaku *modeling* dengan *altruisme* pada generasi z?

C. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki karakteristik yang relatif sama dalam tema kajian, meskipun berbeda dalam kriteria subjek, jumlah dan posisi variabel penelitian atau metode analisis yang digunakan. Penelitian pertama dilakukan oleh Huber & MacDonald (2012) yang mana sampel terdiri dari 186 mahasiswa psikologi di Midwestern Amerika Serikat dengan usia rata-rata 23 tahun, menghasilkan bahwa *altruisme* dan empati secara signifikan berkorelasi satu sama lain ($r = 0,27, p < 0,001$).

Penelitian selanjutnya oleh Aswin (2019) menghasilkan bahwa ada hubungan positif antara empati dengan *altruisme* pada anggota gerakan

pramuka kota samarinda. Dengan diketahui hasil $r = 0,626$ dan nilai Sig. = 0,000 ($p < 0,05$).

Penelitian oleh Febriansyah & Frieda (2018) tentang hubungan antara efikasi diri dengan *altruisme* pada relawan palang merah indonesia menghasilkan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara efikasi diri dengan *altruisme* pada relawan PMI Kota Magelang dengan menunjukkan hasil $r = 0,091$; $p < 0,001$. Selanjutnya penelitian Harjo (2018) tentang sikap *altruisme* berdasarkan jenis kelamin yang mendapatkan hasil bahwa ada perbedaan *altruisme* pada relawan laki-laki dan perempuan di salah satu komunitas sosial di Surabaya.

Penelitian Dewi & Savira (2017) mendapatkan hasil bahwa ada hubungan positif antara variabel self monitoring dengan *altruisme* anggota aktif sebuah komunitas sosial di Surabaya. Kemudian penelitian berikutnya dari Rahmawati (2017) menunjukkan hubungan positif antara pengasuhan holistik dengan *altruisme* dan mampu mencegah perilaku bullying remaja di salah satu SMA di Jakarta Selatan. Kemudian Kamilah & Erlyani (2017) menjelaskan penelitian kualitatifnya yang menyatakan bahwa *altruisme* adalah egoisme secara terbalik dan orang altruistik membantu saat tidak ada manfaat yang ditawarkan atau pengharapan imbalan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Egilmez & Tincknell (2017) dengan subjek sebanyak 120 orang terdiri dari 51 perempuan dan 69 laki-laki menghasilkan bahwa rasa syukur dan *altruisme* adalah sumber daya yang

sangat efektif dalam hubungan antar pribadi. Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Hoffman, Mujica, Orozco, Compton (2017) di Venezuela dengan subjek sebanyak 148 orang menghasilkan bahwa adanya hubungan antara *altruisme* dengan empati yang signifikan dan diketahui hasilnya $r = 0,34, p < 0,001$.

Penelitian yang dilakukan oleh Royani & Suhana (2018) diketahui bahwa antara empati dan perilaku *altruisme* memiliki korelasi positif dengan $r = 0,554$ dengan $p = 0,077$ ($p < 0,1$) yang menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara empati dengan perilaku *altruisme*. Dengan begitu, semakin tinggi empati seseorang maka semakin tinggi pula perilaku *altruismenya*. Sebaliknya semakin rendah empati maka semakin rendah pula perilaku *altruisme*. Selanjutnya penelitian dari Pamungkas & Muslikah (2019) terdapat hubungan yang kuat antara kecerdasan emosi dan empati terhadap *altruisme* pada siswa XI MIPA SMA Negeri 3 Demak. Dengan hasil sumbangan variabel kecerdasan emosi dan empati terhadap *altruisme* sebesar 98,6% sedangkan sisanya sebesar 1,4% oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Penelitian lainnya dari Liu, Safin, Yang & Luhmann (2015) mendapatkan hasil bahwa sikap *altruis* dapat disalurkan secara langsung oleh orang-orang yang memiliki sikap menolong. Penelitian Saraglou (2013) menjelaskan adanya hubungan antara religiusitas dengan *altruisme* yang dimediasi oleh adanya sikap welas asih dalam ajaran keagamaan.

Dari seluruh penelitian sebelumnya terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan diteliti kali ini. Persamaannya adalah beberapa

penelitian sebelumnya menggunakan topik *altruisme* sebagai variabel terikat. Namun perbedaan dari penelitian yang akan diteliti kali ini adalah dari variabel bebasnya yaitu empati dan modeling.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka peneliti mengungkap tujuan dari penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan antara empati dengan *altruisme* pada generasi z.
2. Untuk mengetahui hubungan antara perilaku *modeling* dengan *altruisme* pada generasi z.
3. Untuk mengetahui hubungan antara empati dan perilaku *modeling* dengan *altruisme* pada generasi z.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis dan praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi, pengetahuan dan kontribusi bagi perkembangan ilmu di bidang psikologi, khususnya psikologi sosial tentang empati, perilaku *modeling* dan *altruisme* pada generasi z.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan gambaran mengenai perilaku *altruisme* pada generasi z. Selain itu, para generasi z juga diharapkan agar bisa meningkatkan perilaku *altruisme* guna memperbaiki kebudayaan yang kaya akan nilai-nilai kebersamaan dan saling tolong-menolong.

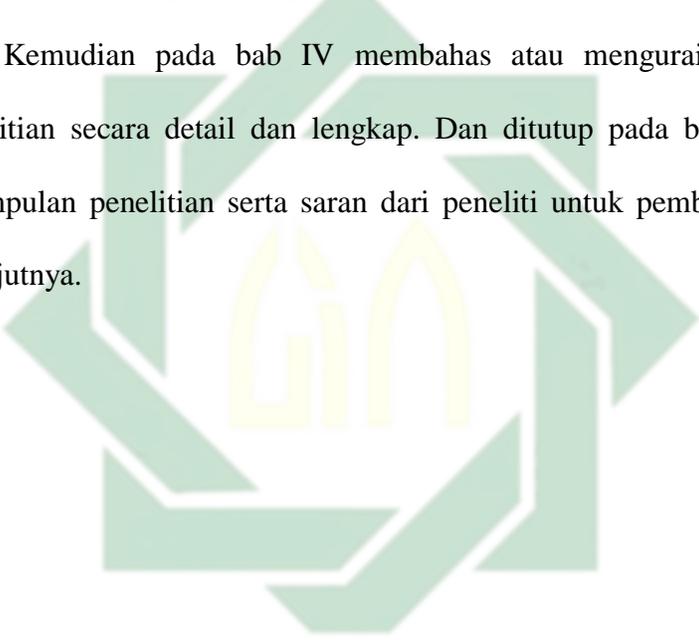
F. Sistematika Pembahasan

Kali ini, peneliti akan menjabarkan secara singkat mengenai sistematika pembahasan dari laporan skripsi ini, mulai dari bab pertama hingga bab kelima. Pertama-tama, bab satu atau bab pendahuluan yaitu bab yang berisi tentang hal-hal yang melatarbelakangi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Pada bab ini dipaparkan data statistik yang mendukung fenomena yang sedang dibahas disertai dengan teori yang menjelaskan variabel X dan Y dalam penelitian ini. Selain itu pada bab ini juga akan ditunjukkan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan variabel yang diteliti sebagai bahan pendukung kajian pustaka. Kemudian diujung bab ini akan diakhiri dengan penjabaran tujuan, manfaat, serta sistematika pembahasan penelitian.

Selanjutnya adalah bab II atau kajian pustaka. Sesuai dengan judulnya, bab ini membahas teori-teori dari masing-masing variabel mulai dari definisi, aspek, hingga faktor yang mempengaruhi. Selain itu pada bab ini juga dibahas mengenai hubungan antar variabel, kerangka teoritik, serta hipotesis penelitian.

Berikutnya ialah bab III metode penelitian. Pada umumnya bab ini membahas secara detail mengenai metode penelitian seperti rancangan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, populasi subjek, sampel, teknik sampling, instrumen atau alat ukur yang digunakan, dan yang terakhir teknik analisis yang akan digunakan.

Kemudian pada bab IV membahas atau menguraikan semua hasil penelitian secara detail dan lengkap. Dan ditutup pada bab V yang berisi kesimpulan penelitian serta saran dari peneliti untuk pembaca serta peneliti selanjutnya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Altruisme*

1. Pengertian *Altruisme*

Myers (2012) menjelaskan *altruisme* adalah motifasi untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain tanpa mendahulukan kepentingan pribadi. *Altruisme* adalah lawandari eegoisme. Seseorang yang *altruis* lebih mudah peduli dan membantu orang lain meski tanpa ada keuntungan yang didapatkan. Pendapat lain menurut Santrock (2003) *altruisme* adalah minat yang tidak mementingkan dirinya sendiri untuk menolong orang lain. Selain itu itu, *altruisme* diartikan sebagai pertolongan yang diberikan secara murni, tulus, tanpa mengharap balasan apapun dari orang lain (Aronson, Wilson, & Alkert (Taufik, 2012).

Schroeder, Penner, Dovidio, dan Pilavin (Taylor, Peplau & Sears, 2009) menyatakan bahwa *altruisme* adalah tindakan sukarela untuk membantu orang lain tanpa pamrih, atau sekedar ingin beramal baik. Sementara Batson (Taufik, 2012) mengartikan *altruisme* adalah dorongan menolong dengan tujuan utama semata-mata untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain, sedangkan egoisme ialah dorongan menolong dengan tujuan untuk kepentingan dirinya.

Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa *altruisme* merupakan motif untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain tanpa memikirkan kepentingan pribadi.

2. Aspek-aspek *altruisme*

Terdapat beberapa aspek dari perilaku *altruisme*. Berikut beberapa aspek *altruisme* menurut Mussen dkk dalam (Nashori, 2008):

- a. *Cooperation* (kerjasama), yaitu melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan secara bersama-sama.
- b. *Sharing* (berbagi), yaitu kesediaan untuk ikut merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain.
- c. *Helping* (menolong), yaitu membantu sesama dengan cara meringankan beban fisik maupun psikologis seseorang.
- d. *Generosity* (berderma), yaitu kesediaan untuk memberikan barang atau uang kepada orang yang membutuhkan.
- e. *Honesty* (kejujuran), yaitu kesediaan berkata atau berbuat seperti apa adanya.

3. Faktor-faktor *altruisme*

Myers (2012) membagi faktor yang mempengaruhi *altruisme* menjadi 3 bagian, antara lain:

- a. Faktor Internal

1) Imbalan (reward)

Imbalan yang menjadi motivasi kita bisa jadi bersifat eksternal maupun internal. imbalan yang bersifat eksternal yaitu ketika kita melakukan suatu kebaikan untuk mendapat suatu imbalan. Biasanya seseorang lebih suka membantu orang yang menarik bagi dirinya (Krebs dalam Myers, 2012). Seperti contohnya kita akan membantu lawan jenis yang kita sukai untuk menarik perhatiannya. Sedangkan imbalan yang bersifat internal adalah rasa puas yang kita peroleh ketika sudah membantu orang lain.

2) Empati

Empati adalah pengalaman yang mewakili perasaan orang lain, menempatkan diri sendiri pada orang lain. Ketika kita merasa empati, kita tidak akan berfokus terlalu banyak kepada tekanan yang kita rasakan sendiri, melainkan berfokus kepada mereka yang mengalami penderitaan. Jolliffe & Farrington (2005) menyatakan empati sebagai kemampuan untuk memahami kondisi dan ikut merasakan sebagian keadaan emosional orang lain. Selanjutnya Batson (dalam Howe, 2015) menemukan bahwa ketika tingkat perasaan empati sangat tinggi, seseorang akan cenderung melakukan tindakan *altruisme*.

3) Suasana hati

Salah satu faktor dari dalam diri yang mempengaruhi perilaku altruistik adalah suasana hati (Myers, dalam Sarwono & Meinarno, 2012). Kemudian Baron, dkk (Sarwono & Meinarno, 2012) menambahkan jika suasana hati berkaitan dengan emosi dapat mempengaruhi kecenderungan untuk menolong.

b. Faktor Situasional

1) Jumlah pengamat

Latane dan Darley (Myers, 2012) menyimpulkan bahwa ketika jumlah pengamat mengalami peningkatan, masing-masing pengamat tersebut memiliki kemungkinan yang semakin kecil untuk mengetahui apa yang sedang terjadi, memiliki kecenderungan yang lebih kecil untuk menginterpretasikan apa yang sedang terjadi sebagai suatu masalah atau suatu kondisi darurat, dan memiliki kecenderungan yang lebih kecil untuk berasumsi bahwa mereka bertanggung jawab untuk mengambil suatu tindakan.

2) Modelling

Menurut Meinarno dan Sarwono (2009) modelling merupakan satu faktor situasional yang mempengaruhi perilaku altruisme. Adanya model yang melakukan perilaku altruistik dapat memotivasi seseorang untuk memberikan pertolongan pada orang lain (Sarwono & Meinarno, 2009). Sedangkan Sanderson

(2010) mengatakan bahwa perilaku *altruisme* dapat meningkat ketika perilaku tersebut dimodelkan oleh orang-orang tertentu. Misal orang tua kepada anak, atau tokoh-tokoh media.

3) Tekanan waktu

Kondisi yang dapat meningkatkan perilaku menolong adalah memiliki setidaknya cukup waktu luang, seseorang yang sedang terburuburu cenderung tidak memberikan pertolongan. Hal ini didukung oleh temuan Darley dan Batson (Myers, 2012) bahwa seseorang yang sedang tidak terburu-buru mungkin akan menawarkan bantuan kepada seseorang yang sedang membutuhkan, sedangkan orang yang sedang terburu-buru cenderung tidak menawarkan bantuan kepada seseorang yang sedang membutuhkan.

4) Adanya kesamaan

Kesamaan erat kaitannya dengan menyukai, dan menyukai terkait erat dengan membantu, kita akan lebih empati dan cenderung membantu seseorang yang sama atau mirip dengan kita (Miller dkk., dalam Myers, 2012). Bias kesamaan ini terjadi pada tampilan luar ataupun kepercayaan. Seseorang cenderung membantu orang lain yang memiliki kesamaan atau kemiripan dengan dirinya.

c. Faktor Personal

1) Sifat kepribadian

Para peneliti kepribadian telah melakukan penelitian bagaimana sifat kepribadian dalam mempengaruhi altruisme. Pertama, ditemukannya perbedaan individual dalam perilaku menolong dan terlihat bahwa perbedaan-perbedaan tersebut bertahan sepanjang waktu dan dikenali oleh rekan-rekan dari orang tersebut (Hampson dkk., dalam Myers, 2012). Kedua, para peneliti menemukan bahwa seseorang yang memiliki emosi positif yang tinggi, empati, dan efikasi diri adalah orang yang yang paling besar kemungkinan memiliki perhatian dan bersedia memberikan bantuan (Einsberg dkk., dalam Myers, 2012). Ketiga, kepribadian mempengaruhi bagaimana orang tertentu bereaksi terhadap situasi-situasi tertentu Carlo dkk., dalam Myers 2012). Seseorang yang memiliki pemantauan diri yang tinggi akan bergantung pada harapan orang lain, sehingga akan cenderung lebih menolong karena berpikir bahwa perilaku menolong akan mendapatkan imbalan secara sosial (White & Gerstein, dalam Myers, 2012).

2) Gender

Alice Eagly dan Maureen Crowley (dalam Myers, 2012) menjelaskan bahwa ketika menghadapi situasi-situasi yang berpotensi menimbulkan bahaya ketika ada seseorang yang

membutuhkan bantuan para pria lebih sering memberikan bantuan pada situasi seperti ini. Sedangkan pada situasi-situasi yang lebih aman, para wanita cenderung memberikan bantuan pada situasi-situasi tersebut. Oleh karena itu, perbedaan gender ini tergantung pada situasi yang ada. Jika dihadapkan pada masalah seorang teman, para wanita akan merespons dengan empati yang lebih besar dan menghabiskan lebih banyak waktu untuk menolong (George dkk., dalam Myers, 2012).

3) Religiusitas

Batson (dalam Zhao, 2012) mengatakan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi altruisme. Semua ajaran-ajaran agama besar secara eksplisit mendorong altruisme, oleh karena itu semakin kuat keyakinan agama seseorang maka semakin tinggi altruisme seseorang.

Sejalan dengan Batson, Steefen & Masters (dalam Myers, 2012) mengatakan bahwa empat agama terbesar di dunia yaitu Islam, Kristen, Hindu, dan Buddha semuanya mengajarkan tentang kasih sayang dan beramal. Dalam semua agama-agama ini, menjadikan altruisme sebagai salah satu tujuan yang penting bahkan menjadi yang utama. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ali & Shah (2012) sebagian besar agama mendorong adanya altruisme. Agama dapat membawa

seseorang untuk berperilaku tanpa pamrih, berbelas kasih, dan bermurah hati. Maka melalui agama dapat menumbuhkan altruisme.

B. Empati

1. Pengertian Empati

Menurut Taufik (2012) empati merupakan suatu aktivitas untuk memahami apa yang sedang dipikirkan dan dirasakan orang lain, serta apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh yang bersangkutan (*observer, perceiver*) terhadap kondisi yang sedang dialami orang lain tanpa yang bersangkutan kehilangan kontrol dirinya. Sedangkan Davis (2018) mengartikan empati sebagai proses yang mencakup sumber atau situasi dan kondisi yang terjadi, kemudian sumber tersebut diproses seorang yang akan menghasilkan respon secara kognitif maupun tindakan.

Empati merupakan suatu keahlian dalam merasakan dan memahami kondisi atau perasaan orang lain (Jolliffe & Farrington, 2005). Kemudian Gunarsa (2000) berpendapat empati adalah sesuatu yang dianggap sebagai suatu cara yang efektif untuk mengenali, memahami, dan mengevaluasi orang lain. Seseorang yang berempati digambarkan sebagai individu yang toleran, ramah, mampu mengendalikan diri, dan bersifat humanistik.

Berdasarkan penjabaran diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa empati adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan merasakan perasaan dan kondisi seseorang.

2. Aspek-aspek Empati

Jolliffe & Farrington (2005) membagi empati menjadi 2 dimensi empati, yaitu :

a. *Affective Empathy*

ialah kemampuan dalam merasakan respon emosional yang tepat ketika seseorang dihadapkan dengan kondisi mental orang lain. Empati afektif berfokus pada bagaimana individu merasakan perasaan yang dirasakan oleh orang lain.

b. *Cognitive Empathy*

Adalah kemampuan dalam memahami apa yang dirasakan oleh orang lain. Empati kognitif berfokus pada individu dalam memahami perasaan orang lain ketika mendapatkan suatu pengalaman dalam hidupnya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa aspek dari empati adalah *affective empathy* dan *cognitive empathy*.

C. Perilaku Modeling

1. Pengertian perilaku modeling

Menurut Bandura (Corey, 1988) Tekni modeling merupakan observasi permodelan, mengamati individu lain sehingga seseorang

tersebut membentuk ide dan tingkah laku, kemudian dijelaskan sebagai panduan untuk bertindak. Sedikit berbeda, Abimanyu & Manrihu (2009) berpendapat bahwa pemodelan melibatkan proses-proses kognitif, jadi tidak hanya meniru, melainkan lebih dari sekedar konsep menyesuaikan diri dengan tindakan orang lain karena sudah melibatkan perepresentasian informasi secara simbolis dan menyimpannya untuk digunakan di masa depan.

Modeling merupakan proses belajar melalui observasi, dimana perilaku seseorang atau beberapa orang yang dianggap teladan, berperan sebagai penstimulus terhadap pikiran, sikap, atau perilaku subjek pengamat tindakan untuk ditiru atau diteladani (Purwanta, 2005).

Dari paparan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku modeling adalah proses kognitif individu dalam mengamati perilaku orang lain yang bertujuan untuk membentuk suatu perilaku yang diinginkan.

2. Aspek-aspek perilaku modeling

Bandura (dalam Hidayat, 2011) menyebutkan bahwa pembelajaran observasi atau modeling melibatkan proses kognitif aktif yang terdiri atas empat komponen penting yaitu:

a. Atensi

Sebelum seseorang meniru orang lain, perhatian harus terfokus kepada model yang akan dijadikan pedoman pembelajaran. Semakin fokus

seseorang memperhatikan model maka proses belajar akan semakin baik, sebaliknya jika semakin banyak hal yang mengganggu pikiran seseorang pada saat proses pembelajaran observasi maka semakin lambat pula proses belajarnya. Adapun pengaruh baik atau tidaknya atensi adalah asosiasi pengamat dengan model, karakteristik model, arti pentingnya perilaku bagi pengamat (Alwisol, 2009; Boeree, 2017).

b. Retensi

Merupakan proses penyimbolan dan penyimpanan dalam ingatan. Proses penyimpanan bisa dalam bentuk verbal dan atau gambaran/imajinasi. Dalam proses ini seseorang menyimpan apa saja yang model lakukan dalam bentuk deskripsi verbal maupun dalam bentuk gambar atau citraan. Retensi juga dipengaruhi oleh kemampuan kognisi pengamat dan kapasitasnya untuk melakukan pengkodean (Alwisol, 2009; Boeree, 2017; Friedman & Schustack, 2008).

c. Reproduksi

Setelah sebuah symbol model tersimpan dalam memori. Seseorang harus dapat menerjemahkan ingatan bentuk verbal ataupun citra yang sudah tersimpan menjadi pemikiran kognitif. Sehingga akan ada proses reproduksi perilaku dalam pikiran orang tersebut. Hal terpenting dalam proses ini adalah bagaimana berimprovisasi ketika membayangkan diri sebagai pelaku (Alwisol, 2009; Boeree, 2017).

d. Motivasi

Proses ini adalah yang paling mempengaruhi. Seseorang tidak akan melakukan apapun yang dilihatnya jika tidak ada dorongan atau motivasi serta alasan tertentu untuk meniru tingkah laku. Dari observasi mungkin akan memudahkan seseorang untuk menguasai sebuah tingkah laku tertentu. Namun jika tidak ada motivasi maka tidak akan terjadi proses pembelajaran. Bandura menambahkan ada 2 jenis motivasi yaitu motivasi yang didasarkan dari reward dan motivasi yang didorong dari punishment yang diterima model (Alwisol, 2009; Boeree, 2017; Friedman & Schustack, 2008).

D. Hubungan antara Empati dan Perilaku Modeling dengan *Altruisme*

Banyak faktor yang mempengaruhi *altruisme*, diantaranya adalah empati dan perilaku modeling. Hal ini selaras dengan penelitian oleh Pujiyanti (2008) menunjukkan bahwa empati berpengaruh terhadap *altruisme* dilihat dari hasil yang diperoleh yaitu empati memberikan kontribusi terhadap *altruisme* sebesar 50,4% dan 49,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti suasana hati, meyakini keadilan dunia, dan faktor sosiobiologis. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rehberg (2005) menunjukkan dari 118 responden, 64% laki-laki dan 36% perempuan dengan rata-rata usia 24 tahun menghasilkan bahwa kombinasi motif sukarela pada organisasi internasional hanya 11% dari responden yang menunjukkan refleksi perilaku *altruisme*. Menurut Myers (2012) *altruisme* adalah motif untuk meningkatkan

kesejahteraan orang lain tanpa memikirkan kepentingan diri sendiri. Motif ini menunjukkan bahwa seorang individu telah memiliki sikap cooperation (kerjasama), sharing (berbagi), helping (menolong), generosity (berderma), dan honesty (kejujuran). Individu yang altruisme selalu peduli dan mau membantu orang lain meskipun jika tidak ada keuntungan yang ditawarkan atau tidak mengharapkan imbalan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Batson (Sarwono dan Meinarno, 2009) bahwa altruisme adalah motivasi untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain.

Seorang individu yang memiliki rasa empati, mampu untuk mengendalikan emosi guna mendorong untuk menolong orang lain karena memahami penderitaan orang yang diberi bantuan (Hurlock, 1999) . Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Stephan (dalam Gusti & Margaretha, 2010) bahwa orang yang memiliki rasa empati akan berusaha untuk menolong orang lain yang membutuhkan pertolongan dan merasa kasihan atau iba terhadap penderitaan orang lain. Selanjutnya pernyataan oleh Gustin (2017) bahwa empati dapat digunakan sebagai sarana untuk membangkitkan altruisme.

Kemudian penelitian mengenai perilaku modeling dengan altruisme oleh Bryan & Test (Myers, 2012) menemukan bahwa para pengemudi di Los Angeles akan cenderung menawarkan bantuan kepada seseorang pengemudi wanita yang bannya kempes apabila seperempat mil sebelumnya mereka menyaksikan orang lain membantu seorang wanita tersebut. Dari hasil penelitian tersebut terlihat bahwa seseorang akan memberikan bantuan kepada

orang lain yang membutuhkan apabila terdapat orang yang membantu (model) sebelumnya memberikan bantuan kepada orang yang membutuhkan bantuan.

Keterkaitan antara empati dan perilaku modeling dengan altruisme diasumsikan sebagai apabila seorang memiliki empati serta perilaku modeling tinggi maka akan memberikan pengaruh tingginya perilaku altruisme pada generasi z yang ada di kota Surabaya. Sebaliknya, apabila seseorang memiliki empati serta perilaku modeling yang rendah maka akan berpengaruh pada altruisme yang rendah.

E. Kerangka Teori

Myers (2012) mendefinisikan altruisme sebagai suatu tindakan menolong orang lain tanpa memikirkan kepentingan diri sendiri dengan alasan untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain tanpa adanya imbalan. Tindakan tersebut menunjukkan bahwa seorang individu telah memberikan perhatian terhadap orang lain, membantu orang lain, serta meletakkan kepentingan orang lain diatas kepentingan diri sendiri. Individu yang memiliki perilaku altruisme yang baik dan dapat memberi manfaat ke orang lain akan cenderung membuat mereka berkomitmen atas tindakan yang telah dilakukannya (Rachlin, 2002). Altruisme biasanya mengacu pada pengambilan keputusan yang membutuhkan pertimbangan. Menurut Comte (dalam Young, 2006) individu dalam melakukan perilaku menolong memiliki dua motif yang berbeda yaitu egoisme dan altruisme sejati.

Menurut Myers (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi altruisme adalah faktor internal, faktor situasional, dan faktor personal. Faktor internal terdiri dari imbalan (reward), empati dan suasana hati. Menurut Jolliffe & Farrington (2005) menyatakan bahwa kemampuan dalam memahami kondisi dan ikut merasakan sebagian keadaan emosional orang lain disebut empati. Dalam hal ini keberhasilan seseorang dalam menjalin hubungan sosial dengan orang lain dilihat dari kemampuannya dalam memahami kondisi dan perasaan orang lain (Mujahidah & Listiyandini, 2008).

Arifin (2015) mengatakan bahwa individu yang memiliki motivasi dalam berperilaku altruistik dicirikan sebagai individu yang berempati, yang artinya individu mampu menginterpretasi dan sadar akan situasi yang membutuhkan pertolongan, social responsibility, inisiatif, dan rela berkorban. Ketika individu memiliki empati terhadap suatu hal, maka akan diikuti dengan adanya perilaku altruisme. Seseorang yang memiliki altruisme tinggi maka ia memiliki rasa empati yang tinggi pula. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Aswin (2019) diketahui hasil $r = 0,626$ dan nilai Sig. = 0,000 ($p,0,05$) yang berarti terdapat hubungan positif antara empati dan altruisme pada anggota Gerakan Pramuka Kota Samarinda. Dijelaskan bahwa di dalam empati terdapat komponen afektif yang membuat individu tidak hanya merasakan penderitaan orang lain tetapi juga mengekspresikan kepedulian dan mencoba melakukan sesuatu untuk meringankan penderitaan orang lain.

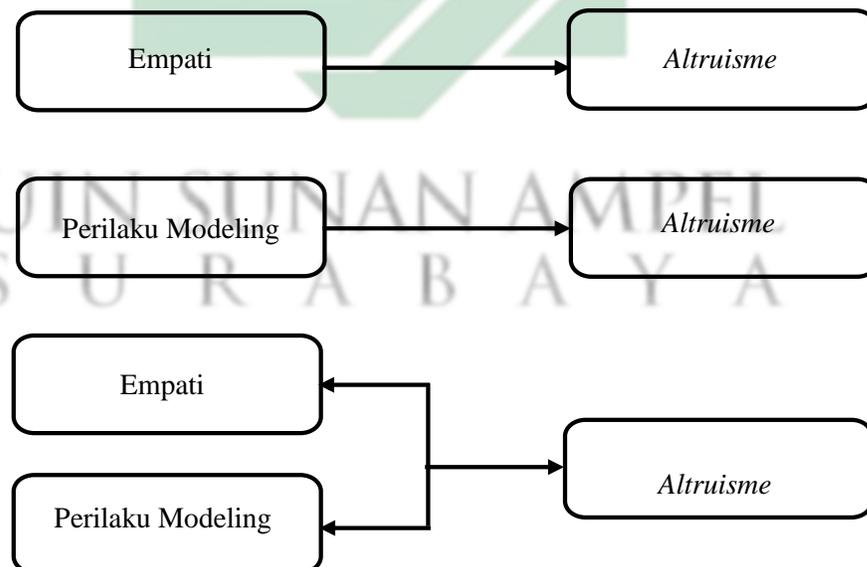
Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku altruisme adalah modeling. Faktor ini termasuk kedalam faktor situasional, dimana seorang individu akan membantu orang lain ketika ada orang lain juga untuk membantu. Dalam teknik modeling bukan sekedar menirukan atau mengulangi apa yang dilakukan seorang model (orang lain) tetapi melibatkan penambahan dan atau pengurangan tingkah laku yang teramati, menggenalisir berbagai pengamatan sekaligus, dan melibatkan proses kognitif (Alwisol, 2009). Menurut Bandura (1997) modeling merupakan model yang mahir dan memiliki kompetensi yang ingin ditiru. Melalui inilah perilaku dan cara berpikir yang diungkapkan, model yang kompeten mentransmisikan pengetahuan dan mengajarkan keterampilan serta strategi yang efektif untuk mengelola tuntutan lingkungan.

Tak hanya itu, sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari melalui peniruan maupun penyajian (modeling). Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Apsari, Mayangsari & Elyani (2016) yaitu terdapat hubungan negatif antara perilaku modeling dengan citra diri. Semakin tinggi perilaku modeling maka akan semakin rendah citra diri dan begitu sebaliknya. Pengaruh perilaku modeling sebesar 76% sedangkan 24% lainnya merupakan faktor-faktor lain seperti luasnya pergaulan, pengetahuan, ciri-ciri fisik, daya tarik, kebutuhan, kepekaan tubuh, konflik, kritik, motivasi, peran, dan lainnya.

Menurut Syamsu & Juntika (2012) mengatakan bahwa belajar melalui observasi terjadi ketika respon dipengaruhi oleh hasil observasi terhadap orang lain. Bentuk belajar ini memerlukan perhatian terhadap tingkah laku

model yang di observasi, sehingga dipahami dampak-dampaknya dan menyimpan informasi tentang tingkah laku model ke dalam memori. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Bryan & Test (dalam Myers, 2012) menemukan bahwa para pengemudi wanita yang bannya kempes apabila seperempat mil sebelumnya mereka menyaksikan ada orang lain yang membantu wanita lain untuk mengganti bannya. Dan dengan adanya model yang melakukan perilaku altruistik dapat memotivasi seseorang untuk memberikan pertolongan kepada orang lain (Sarwono & Meinarno, 2009).

Dengan demikian, kerangka teoritik yang digunakan untuk menunjukkan bahwa empati dan perilaku modeling berhubungan dengan *altruisme* dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1: Skema Hubungan antara Empati dan Perilaku Modeling dengan *Altruisme*

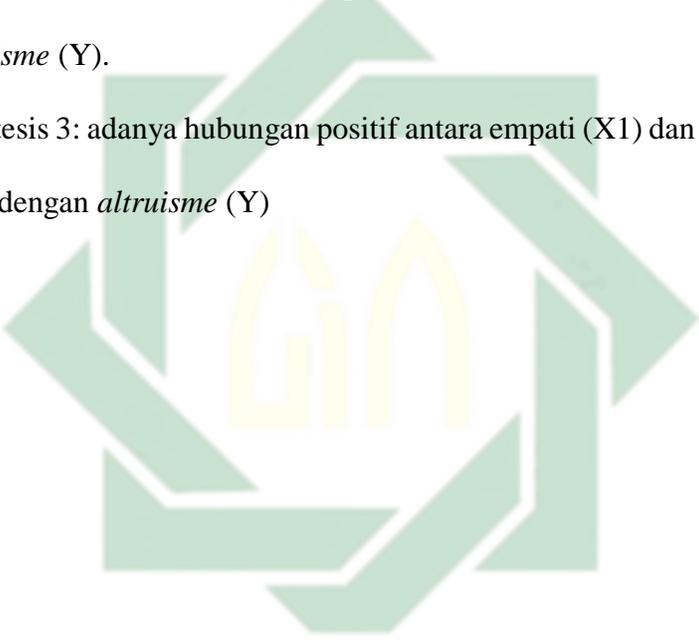
F. Hipotesis

Dari penjabaran diatas, didapatkan beberapa hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, yaitu:

Hipotesis 1 : adanya hubungan positif antara empati (X1) dengan *altruisme* (Y).

Hipotesis 2 : adanya hubungan positif antara perilaku *modeling* (X2) dengan *altruisme* (Y).

Hipotesis 3: adanya hubungan positif antara empati (X1) dan perilaku *modeling* (X2) dengan *altruisme* (Y)



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan penelitian

Dalam melakukan penelitian, pertama-tama seorang peneliti melakukan identifikasi masalah dan menentukan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti ingin membahas mengenai *altruisme* pada generasi z di Kota Surabaya serta hubungannya dengan empati dan perilaku *modeling*. Sehingga untuk mengidentifikasi fenomena tersebut, peneliti perlu mengumpulkan data-data yang sesuai dengan konsep penelitian kemudian menguraikannya ke dalam latar belakang. Dilanjutkan dengan menggali teori-teori masing-masing variabel serta merumuskan hipotesis.

Selanjutnya, peneliti menentukan jumlah sampel serta teknik sampling yang akan digunakan. Sampel adalah bagian yang mewakili gambaran umum dari sebuah populasi (Riyanto & Hatmawan, 2020). Dalam menentukan teknik sampling harus dilakukan dengan tepat agar jumlah sampel yang diambil representatif bagi populasi yang diteliti.

Setelah mendapat jumlah sampel, langkah berikutnya adalah memilih instrumen penelitiandan menyusun kuesioner. Tahap ini termasuk tahapan yang sangat penting mengingat kualitas instrumen yang akan kita gunakan menentukan apakah penelitian yang sedang kita lakukan telah sesuai dengan

apa yang seharusnya diteliti (Sumanto, 2020). Jika kuesioner telah siap, maka peneliti bisa melakukan pengumpulan data kepada responden.

Tahap selanjutnya adalah mengolah serta menganalisis hasil data yang kita peroleh. Secara umum proses analisis data meliputi pengelompokan data, penyajian data variabel, melakukan perhitungan dan menjawab rumusan masalah, serta pengujian hipotesis.

Terakhir, setelah memperoleh kesimpulan hasil analisis, peneliti akan menulis laporan dan ringkasan penelitian yang telah dilakukan, serta menulis saran bagi penelitian selanjutnya.

B. Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang digunakan, antara lain:

1. Variabel bebas (*Independent*): yaitu sebuah variabel yang mempengaruhi atau faktor penyebab munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini adalah empati (X_1) dan perilaku modeling (X_2).
2. Variabel terikat (*Dependent*): yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang mendapat dampak atas variabel bebas (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini adalah *altruisme* (Y).

C. Definisi Operasional

1. Altruisme

Altruisme adalah suatu tindakan yang dilakukan secara sukarela untuk meningkatkan kesejahteraan orang lain. Untuk mengukur perilaku altruisme peneliti menggunakan skala altruisme yang terdiri dari 5 aspek menurut Mussen dkk (Nashori, 2008) yaitu: Cooperation, Sharing, Helping, Genereocity, dan Honesty.

2. Empati

Empati adalah suatu kemampuan seseorang dalam upaya memahami dan merasakan perasaan orang lain dengan cara melihat, mendengarkan dan membantu permasalahan atau keluh kesah orang lain. Untuk mengukur empati peneliti menggunakan skala BES (*Basic Empathy Scale*) yang terdiri dari 2 aspek menurut Jolliffe dan Farrington (2005) yaitu Affective empathy dan Cognitive empathy.

3. Perilaku Modeling

Perilaku Modeling adalah proses dalam membentuk perilaku altruisme dengan cara melihat dan mendengarkan perilaku serta ucapan orang lain. Untuk mengukur perilaku modeling peneliti menggunakan skala perilaku modeling yang terdiri dari 4 aspek menurut Bandura (dalam Hidayat, 2011) yaitu Memperhatikan (Atensi), Retensi, Reproduksi, Motivasi.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari subjek yang hendak diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z di kota Surabaya yang mengacu pada BPS Kota Surabaya pada tahun 2020 bahwa generasi z dengan rentang usia 12-24 tahun sebanyak 711.730 orang. Alasan mengapa memilih generasi z karena menurut data dari gopay digital donation pada tahun 2020 bahwa selama masa pandemi covid-19 metode berdonasi secara digital menunjukkan peningkatan di semua kelompok usia dengan generasi z yang mengalami peningkatan lebih banyak dibandingkan kelompok usia lainnya. Mereka lebih memilih berdonasi secara digital karena selama pandemi ingin membantu ke sesama secara cepat, aman dan tanpa kontak.

2. Sampel

Sampel merupakan perwakilan dari populasi. Sebagian dari populasi yang dapat mewakili seluruh karakteristik dan sifat dari populasi disebut sampel. Jumlah sampel yang layak dalam sebuah penelitian berkisar antara 30 sampai dengan 500 subjek (Sugiyono, 2017). Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 711.730 orang sehingga berdasarkan rumus slovin maka presentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka perhitungan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{711.730}{1 + 711.730(0,05)^2}$$

$$n = \frac{711.730}{1780,3}$$

$$n = 399,7 \text{ dibulatkan menjadi } 400$$

Berdasarkan perhitungan sampel diatas maka responden pada penelitian ini disesuaikan menjadi 400 orang dari total keseluruhan remaja akhir di Kota Surabaya.

3. Teknik sampling

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel insidental. Sampel insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah sebuah alat ukur psikologi yang memberikan stimulus berupa pertanyaan atau pernyataan guna mengungkap atribut psikologis yang hendak diukur dan tidak ada jawaban benar atau salah (Azwar, 2012). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model skala likert yang terdiri dari kategori jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skor Aitem Skala Likert

Aitem Favorable	Skor	Aitem Unfavorable	Skor
SS	4	SS	1
S	3	S	2
TS	2	TS	3
STS	1	STS	4

1. Skala *Altruisme*

a. Alat Ukur

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori dari Mussen, dkk dalam (Nashori, 2008) dengan aspek yang terdiri dari *cooperation, sharing, helping, genereocity, dan honesty*. Skala ini terdiri dari 15 aitem *favorabel* dan 5 aitem *unfavorable*. Dibawah ini *blueprint* skala *altruisme*:

Tabel 3.2 *Blueprint* Skala *Altruisme*

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	<i>Cooperation</i> (Kerjasama)	a. Memiliki rasa kebersamaan.	1, 5, 6	4	6
		b. Tidak mementingkan keperluan pribadi	2, 3	-	
2.	<i>Sharing</i> (Berbagi)	a. Perduli terhadap orang lain	8, 9	-	4
		b. Mampu menjadi pendengar yang baik	7	10	
3.	<i>Helping</i> (Menolong)	a. Ringan tangan	12, 13	-	4
		b. Menolong tanpa pamrih	11	14	
4.	<i>Genereocity</i> (Berderma)	a. Berbagi dengan sekitar	15, 16, 17	18	4
5.	<i>Honesty</i> (Kejujuran)	a. Tidak berbuat curang atau berbohong	19	20	2

Total	20
--------------	----

b. Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Menurut Azwar (2012) validitas adalah ketepatan dan kecermatan alat ukur yang digunakan. Apabila instrumen tidak valid, maka penelitian akan bias dan kurang sesuai dengan keadaan subjek yang sebenarnya (Bryman dalam Siyoto & Sodik, 2015). Terdapat 2 kriteria yang dapat digunakan dalam uji validitas ini yaitu (Muhid, 2019):

- a) Nilai koefisien *corrected item-total correlation* tiap aitem berkorelasi positif
- b) Nilai koefisien *corrected item-total correlation* tiap aitem $\geq r_{tabel}$

Sebelum dilakukan pengambilan data, terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur. Uji coba pada penelitian ini menggunakan *tryout* terpakai. Artinya teknik dalam menguji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan cara satu kali pengambilan data dan hasil uji coba dapat digunakan untuk menguji hipotesis (Hadi, 2003). Berikut hasil validitas uji *tryout* terpakai pada skala *altruisme*:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas *Tryout* Skala *Altruisme*

No. Aitem	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R tabel	Keterangan
1.	0,379	0,098	Valid
2.	0,435	0,098	Valid
3.	0,458	0,098	Valid
4.	-0,162	0,098	Tidak Valid
5.	0,402	0,098	Valid
6.	0,480	0,098	Valid
7.	0,387	0,098	Valid
8.	0,453	0,098	Valid
9.	-0,191	0,098	Tidak Valid
10.	-0,190	0,098	Tidak Valid
11.	0,423	0,098	Valid
12.	0,450	0,098	Valid
13.	0,498	0,098	Valid
14.	0,178	0,098	Valid
15.	0,409	0,098	Valid
16.	0,453	0,098	Valid
17.	0,524	0,098	Valid
18.	-0,173	0,098	Tidak Valid
19.	0,427	0,098	Valid
20.	0,205	0,098	Valid

Berdasarkan hasil pada tabel 3.3 terdapat 4 aitem yang tidak valid yaitu nomer 4, 9, 10, dan 18. Aitem-aitem yang tidak valid akan digugurkan dan tidak digunakan kembali pada uji-uji lainnya. Aitem-aitem yang valid akan dilakukan penomoran ulang pada tiap aitem yang layak digunakan sebanyak 16 pernyataan. Dibawah ini tabel *blueprint* skala *altruisme* setelah aitem-aitem digugurkan:

Tabel 3.4 Blueprint Skala Altruisme Setelah Aitem Digugurkan

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	<i>Cooperation</i> (Kerjasama)	a. Memiliki rasa kebersamaan	1, 5, 6	-	5
		b. Tidak mementingkan keperluan pribadi	2, 3	-	
2.	<i>Sharing</i> (Berbagi)	a. Perduli terhadap orang lain	8	-	2
		b. Mampu menjadi pendengar yang baik	7	-	
3.	<i>Helping</i> (Menolong)	a. Ringan tangan	12, 13	-	4
		b. Menolong tanpa pamrih	11	14	
4.	<i>Genereocity</i> (Berderma)	a. Berbagi dengan sekitar	15, 16, 17	-	3
5.	<i>Honesty</i> (Kejujuran)	a. Tidak berbuat curang atau berbohong	19	20	2
Total					16

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil dari pengukuran sebuah instrumen dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula (Sugiyono, 2017). Muhid (2019) menyatakan bahwa nilai *cronbach's alpha* semakin mendekati angka

1 maka semakin tinggi reliabilitas sebuah instrumen. Dibawah ini hasil uji reliabilitas pada skala *altruisme*:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Skala *Altruisme*

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
0,830	16

2. Skala Empati

a. Alat Ukur

Instrumen pengukuran pada skala empati di modifikasi dari teori Jolliffe & Farrington (2005). Instrumen ini terdapat 16 aitem terdiri dari 15 aitem *favorable* dan 1 aitem *unfavorable*. Dibawah ini *blueprint* skala empati:

Tabel 3.6 *Blueprint* Skala Empati

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	<i>Affective empathy</i>	a. Mudah terbawa perasaan atau suasana orang-orang sekitar	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	-	8
2.	<i>Cognitive empathy</i>	a. Mampu memahami perasaan orang sekitar	9, 10, 12, 13, 14, 15, 16	11	8
Total					16

b. Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Instrumen pada skala empati berjumlah 16, dari hasil uji validitas yang dilakukan terdapat 15 aitem valid dan 1 aitem yang tidak valid yaitu nomer 1 dan 11. Hasil uji validitas dengan menggunakan *tryout*

terpenuhi pada skala empati ditunjukkan pada tabel 3.7 sebagai berikut:

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas *Tryout* Skala Empati

No. Aitem	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R tabel	Keterangan
1.	-0,389	0,098	Tidak Valid
2.	0,457	0,098	Valid
3.	0,553	0,098	Valid
4.	0,373	0,098	Valid
5.	0,410	0,098	Valid
6.	0,402	0,098	Valid
7.	0,553	0,098	Valid
8.	0,551	0,098	Valid
9.	0,471	0,098	Valid
10.	0,432	0,098	Valid
11.	0,172	0,098	Valid
12.	0,434	0,098	Valid
13.	0,506	0,098	Valid
14.	0,569	0,098	Valid
15.	0,525	0,098	Valid
16.	0,405	0,098	Valid

Untuk aitem-aitem yang tidak valid diatas akan digugurkan agar diperoleh hasil yang baik. Berikut *blueprint* skala empati setelah aitem-aitem digugurkan:

Tabel 3.8 *Blueprint* Skala Empati Setelah Aitem Digugurkan

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	<i>Affective empathy</i>	a. Mudah terbawa perasaan atau suasana orang-orang sekitar	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	-	7
2.	<i>Cognitive empathy</i>	a. Mampu memahami perasaan orang sekitar	9, 10, 12, 13, 14, 15, 16	11	8
Total					15

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada tingkat konsistensi dan kecermatan hasil alat ukur yang digunakan. Nilai *cronbach's alpha* pada skala empati yakni 0,798. Berikut tabel uji validitas menggunakan SPSS versi 25:

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Skala Empati

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
0,841	14

3. Skala Perilaku *Modeling*

a. Alat Ukur

Pada skala perilaku *modeling* menggunakan teori dari Bandura (dalam Hidayart, 2011). Terdapat 10 aitem *favorabel* dan 4 aitem yang *unfavorabel* dengan total keseluruhan ada 14 aitem. Dibawah ini *blueprint* skala perilaku *modeling*:

Tabel 3.10 *Blueprint* Skala Perilaku *Modeling*

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Atensi	a. Memperhatikan, mengenali fitur-fitur penting dari perilaku model	1, 2, 3	4	4
2.	Retensi	a. Penyimpanan memori bentuk verbal dari perilaku model	5 7, 8	6 -	4
		b. Penyimpanan memori bentuk visual/citra dari perilaku model			

3.	Reproduksi	a. Membuat respon sesuai dengan pola yang telah ditampilkan model	9	10	2
4.	Motivasi	a. Motivasi yang didorong oleh <i>reward</i> yang diterima model	11, 12	-	4
		b. Motivasi yang didorong oleh <i>punishment</i> yang diterima model	13	14	
Total					14

b. Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Hasil uji validitas dari 14 aitem yang digunakan ada 1 aitem yang tidak valid yaitu nomer 14. Berikut hasil uji validitas uji coba dengan menggunakan *tryout* terpakai:

Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas *Tryout* Skala Perilaku *Modeling*

No. Aitem	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R tabel	Keterangan
1.	0,436	0,098	Valid
2.	0,479	0,098	Valid
3.	0,457	0,098	Valid
4.	0,343	0,098	Valid
5.	0,443	0,098	Valid
6.	0,333	0,098	Valid
7.	0,423	0,098	Valid
8.	0,488	0,098	Valid
9.	0,522	0,098	Valid
10.	0,304	0,098	Valid
11.	0,457	0,098	Valid
12.	0,384	0,098	Valid
13.	0,470	0,098	Valid
14.	-0,207	0,098	Tidak Valid

Untuk aitem yang tidak valid akan digugurkan dan tidak digunakan kembali. Berikut *blueprint* yang digunakan pada skala perilaku *modeling* setelah aitem digugurkan dan tidak digunakan kembali:

Tabel 3.12 *Blueprint* Skala Perilaku *Modeling* Setelah Aitem Digugurkan

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Atensi	a. Memperhatikan, mengenali fitur-fitur penting dari perilaku model	1, 2, 3	4	4
2.	Retensi	a. Penyimpanan memori bentuk verbal dari perilaku model	5	6	4
		b. Penyimpanan memori bentuk visual/citra dari perilaku model	7, 8	-	
3.	Reproduksi	a. Membuat respon sesuai dengan pola yang telah ditampilkan model	9	10	2
4.	Motivasi	a. Motivasi yang didorong oleh <i>reward</i> yang diterima model	11, 12	-	4
		b. Motivasi yang didorong oleh <i>punishment</i> yang diterima model	13	-	
Total					13

2) Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, terdapat hasil uji reliabilitas dan hasilnya nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,751. Berikut hasil uji reliabilitas pada skala perilaku *modeling*:

Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku *Modeling*

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
0,817	13

D. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis dengan bantuan program SPSS versi 25 yang digunakan untuk menganalisis dan menghitung nilai skor data yang di dapatkan dari jawaban responden. Dibawah ini beberapa penjelasan uji yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Uji Asumsi Normalitas

Sebelum melakukan analisis statistik, hal pertama yang dilakukan yakni uji normalitas data. Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2017). Pada analisis data statistik parametrik seperti uji-t, analisis korelasi, analisis regresi, dan analisis varian maka data pada setiap variabel harus berdistribusi normel (Muhid, 2009).

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *kolmogorov-smirnov*. Dengan cara melihat taraf signifikansi (*sig.*) > 0,5 maka distribusi

data dikatakan normal. Sebaliknya, apabila taraf signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak normal.

2. Uji Asumsi Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel *independent* dan *dependent* mempunyai hubungan yang linear atau tidak (Sugiyono, 2017). Dikatakan linear dengan melihat nilai *deviation from linearity* $> 0,05$ maka variabel tersebut mempunyai hubungan yang linear. Namun, nilai *deviation from linearity* $< 0,05$ maka variabel *independent* dengan variabel *dependent* tidak memiliki hubungan yang linear.

3. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas atau *independent* dalam model regresi (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas. Terdapat beberapa dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas ini diantaranya:

- a. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas
- b. Nilai VIF < 10 maka bebas dari multikolinearitas

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Salah satu cara mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dengan melakukan uji *glejser*. Adapun pengambilan keputusan menggunakan uji tersebut sebagai berikut:

- a. Nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Sebaliknya nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas

5. Uji Regresi Linear Berganda

Terakhir, regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Uji ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Muhid, 2019).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, telah disusun berbagai rangkaian persiapan yang tersusun dengan rapi. Adapun urutan-urutan yang telah dilakukan sebagai berikut:

- a. Pertama, mencari fenomena yang menarik untuk diteliti yang terjadi pada masyarakat sekitar. Hasilnya ditemui bahwa altruisme pada remaja.
- b. Kedua, mengkonsultasikan hasil temuan fenomena dan variabel penelitian kepada dosen pembimbing agar bisa diberikan masukan atau saran. Setelah disetujui oleh dosen pembimbing, barulah mulai menyusun *concept note*.
- c. Ketiga, pengerjaan *concept note* selesai kemudian di konsultasikan kepada dosen pembimbing untuk meneruskan ke tahap selanjutnya. Selanjutnya *concept note* diajukan ke program studi atas persetujuan dari dosen pembimbing.
- d. Keempat, *concept note* sudah diberi saran oleh program studi kemudian melanjutkan mengerjakan proposal penelitian mulai dari bab satu

sampai bab tiga dengan menggunakan metode kuantitatif dengan tema altruisme pada generasi z di surabaya.

- e. Kelima, setelah selesai menyusun proposal penelitian kemudian mengkosultasikan kepada dosen pembimbing. Proposal disetujui dan mengajukan hasilnya untuk pengajuan seminar proposal di program studi.
- f. Keenam, setelah melakukan seminar proposal melanjutkan ke tahap *expert judgment* dan penyusunan kuesioner. *Expert judgment* dilakukan kepada dua dosen dan diberikan beberapa masukan-masukan. Setelah dianggap layak oleh dosen pembimbing hasil dari *expert judgment* kemudian kuesioner diketik dan menyebarkan *google form* kepada responden.
- g. Ketujuh, penyebaran *google form* sebanyak 400 subjek dengan kriteria subjek yang berusia 13-23 tahun dan berdomisili surabaya.
- h. Kedelapan, data-data dari responden telah di dapatkan, selanjutnya dilakukan uji coba pada 15 subjek. Dan melakukan rekapan semua hasil, memberikan skor, mengolah dan menganalisis kuesioner dengan bantuan SPSS. Hasil dari analisis data akan dijabarkan dalam penelitian ini.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan pada penelitian yaitu generasi z di Surabaya dengan rentang usia 13-24 tahun. Setelah mendapat data dari kuesioner yang disebar kepada 400 responden, diperoleh data demografis sebagai berikut:

1) Deskripsi Berdasarkan Usia

Tabel 4.1 Sebaran Data Subjek Berdasarkan Usia

Kategori	Usia	Frekuensi	Persentase
Remaja Awal	12-15 tahun	32	8,0%
Remaja Tengah	15-18 tahun	106	26,5%
Remaja Akhir	18-21 tahun	115	28,7%
Dewasa Awal	21-40 tahun	147	36,8%
Total		400	100%

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa subjek dikelompokkan sesuai dengan usia perkembangan. Kategori dewasa awal menduduki posisi tertinggi dalam penelitian ini sebesar 36,8% sedangkan posisi terendah pada remaja awal dengan persentase hanya 8%. Untuk remaja tengah sebesar 26,5% dan remaja akhir sebesar 28,7%.

2) Deskripsi Berdasarkan Gender

Tabel 4.2 Sebaran Data Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	212	53%
Perempuan	188	47%
Total	400	100%

Dilihat dari hasil tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dalam kategori jenis kelamin laki-laki diperoleh jumlah terbanyak yaitu 53% atau 212 responden. Sedangkan sisanya berjumlah 188 orang berjenis kelamin perempuan dengan nilai persentase 47%.

3) Deskripsi Berdasarkan Status Pendidikan yang Ditempuh saat ini

Tabel 4.3 Sebaran Data Subjek Berdasarkan Status Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMP	58	14,5%
SMA/SMK	110	27,5%
Kuliah	151	37,8%
Lainnya	81	20,3%
Total	400	100%

Pada tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa responden di jenjang kuliah lebih banyak sebanyak 151 orang atau 37,8% dari jumlah keseluruhan, diikuti dengan SMA/SMK sebanyak 110 orang dan lainnya 81 orang dengan masing persentase 27,5% dan 20,3%. Sedangkan pada anak SMP sebesar 58 orang atau 14,5%.

4) Deskripsi Berdasarkan Donasi

Tabel 4.4 Sebaran Data Subjek Berdasarkan Bentuk Donasi

Bentuk Donasi	Frekuensi	Persentase
Uang	329	82,3%
Barang	71	17,8%
Total	400	100%

Tabel 4.4 diketahui hasil dari kategorisasi donasi dalam bentuk barang hanya 71 orang atau 17,8%. Sedangkan donasi dalam bentuk uang yang pernah melakukan memiliki persentase tinggi yaitu sebesar 82,3% atau 329 orang dari keseluruhan jumlah responden.

b. Deskripsi Data Penelitian

Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Data

	N	Mean	Std. Deviation
Altruisme	400	51,85	5,32
Empati	400	44,05	5,61
Perilaku Modeling	400	41,22	4,29

Pada tabel 4.5 diatas merupakan hasil analisis deskripsi data yang akan dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Pada skala *altruisme*, dari subjek 400 didapati nilai *mean* sebesar 51,85 dengan *standar deviation* 5,32.
- 2) Skala empati, untuk nilai rata-rata sebanyak 44,05 dengan standar deviasi sebesar 5,61 dari total 400 subjek.
- 3) Sedangkan untuk skala perilaku *modeling*, dari subjek 400 skor rata-rata 41,22 dengan *standar deviation* 4,29.

Selanjutnya, melakukan pengkategorian subjek berdasarkan skor nilai *mean* dan *standart deviaton*. Menurut Azwar (2012) pengkategorisasian dilakukan pada tiap-tiap variabel berdasarkan tingkatannya yaitu kelompok tinggi, sedang, dan rendah.

Tabel 4.6 Norma Kategorisasi (Azwar, 2012)

Klasifikasi	Kriteria
$X < M - 1SD$	Rendah
$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	Sedang
$X \geq M + 1SD$	Tinggi

Sebelum melakukan kategorisasi, terlebih dahulu menghitung skor *mean* dan *standart deviation*. Berikut langkah-langkah dalam menentukan kategori:

1) Kategori Skala *Altruisme*

a) *Mean*

Dalam menentukan skor *mean*, dibutuhkan nilai minimum dan maksimum di setiap aitem.

$$\begin{aligned} X_{min} &= \text{banyaknya aitem yang diterima} \times 1 \\ &= 16 \times 1 \\ &= 16 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{max} &= \text{banyak aitem yang diterima} \times 4 \\ &= 16 \times 4 \\ &= 64 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mean} &= \frac{X_{max} + X_{min}}{2} \\ &= \frac{16 + 64}{2} \\ &= 40 \end{aligned}$$

b) *Standard Deviation*

$$\begin{aligned} \text{Std. Dev.} &= \frac{X_{max} - X_{min}}{6} \\ &= \frac{64 - 16}{6} \\ &= 8 \end{aligned}$$

Setelah dilakukan perhitungan diatas, adapun norma kategorisasi dapat dilihat tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Norma Kategorisasi Skala *Altruisme*

Rumus	Skor	Kriteria
$X < M - 1SD$	$X < 32$	Rendah
$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$32 \leq X < 48$	Sedang
$X \geq M + 1SD$	$X \geq 48$	Tinggi

Berikut hasil dari kategorisasi skala *altruisme* dan pembagian subjek ke dalam tiga kategori dibawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Kategorisasi Skala *Altruisme*

Kriteria	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 32$	0	0%
Sedang	$32 \leq X < 48$	90	22,5%
Tinggi	$X \geq 48$	310	77,5%

Hasil kategorisasi diatas, dapat diketahui bahwa tingkat *altruisme* dari keseluruhan subjek 400 memiliki kategori tinggi sebesar 77,5% dengan subjek 310 orang. Sedangkan untuk kategori rendah 22,5% atau 90 orang, pada kategori rendah 0% atau tidak ada sama sekali. Artinya generasi z di surabaya memiliki tingkat *altruisme* tinggi.

2) Kategori Skala Empati

a) *Mean*

$$\begin{aligned}
 X_{min.} &= \text{banyaknya aitem yang diterima} \times 1 \\
 &= 15 \times 1 \\
 &= 15
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{max} &= \text{banyaknya aitem yang diterima} \times 4 \\ &= 15 \times 4 \\ &= 60 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} M &= \frac{X_{max} + X_{min}}{2} \\ &= \frac{60 + 15}{2} \\ &= 37,5 \end{aligned}$$

b) *Standard Deviation*

$$\begin{aligned} \text{Std. Dev.} &= \frac{X_{max} - X_{min}}{\sqrt{6}} \\ &= \frac{60 - 15}{\sqrt{6}} \\ &= 7,5 \end{aligned}$$

Tabel 4.9 Kategorisasi Skala Empati

Rumus	Skor	Kriteria
$X < M - 1SD$	$X < 30$	Rendah
$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$30 \leq X < 45$	Sedang
$X \geq M + 1SD$	$X \geq 45$	Tinggi

Adapun hasil pengkategorisasian subjek untuk skala empati berdasarkan tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Kategorisasi Skala Empati

Kriteria	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 30$	3	0,8%
Sedang	$30 \leq X < 45$	230	57,5%
Tinggi	$X \geq 45$	167	41,8%

Dapat dilihat tabel 4.10 didapatkan hasil bahwa empati yang dimiliki subjek penelitian tergolong tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah responden yang terbagi dalam kategori tinggi 167 orang (41,8%), kategori sedang 230 orang (57,5%), dan kategori rendah hanya 3 orang (0,8%).

3) Kategori Skala Perilaku *Modeling*a) *Mean*

$$\begin{aligned} X_{min} &= \text{banyaknya aitem yang diterima} \\ &= 13 \times 1 \\ &= 13 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_{max} &= \text{banyaknya aitem yang diterima} \\ &= 13 \times 4 \\ &= 52 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} M &= \frac{X_{max} + X_{min}}{2} \\ &= \frac{52 + 13}{2} \\ &= 32,5 \end{aligned}$$

b) *Standart Deviation*

$$\begin{aligned} \text{Std. Deviation} &= \frac{X_{max} - X_{min}}{6} \\ &= \frac{52 - 13}{6} \\ &= 6,5 \end{aligned}$$

Selanjutnya, untuk norma kategorisasi skala perilaku *modeling* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11 Norma Kategorisasi Skala Perilaku *Modeling*

Rumus	Skor	Kriteria
$X < M - 1SD$	$X < 26$	Rendah
$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$26 \leq X < 39$	Sedang
$X \geq M + 1SD$	$X \geq 39$	Tinggi

Berlandaskan norma kategorisasi diatas, dibawah ini

pengkategorisasian subjek untuk skala perilaku *modeling*:

Tabel 4.12 Hasil Kategorisasi Skala Perilaku *Modeling*

Kriteria	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 26$	0	0%
Sedang	$26 \leq X < 39$	45	11,3%
Tinggi	$X \geq 39$	355	88,8%

Dari tabel 4.12 diatas, dapat diketahui jumlah responden yang terbagi dalam kategori rendah adalah nol atau nihil. Sedangkan kategori sedang 45 orang (11,3%), dan kategori tinggi sebanyak 355 orang (88,8%). Hal tersebut menunjukkan bahwa subjek memiliki perilaku *modeling* cenderung tinggi.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas Residual

Uji prasyarat yang pertama digunakan adalah uji normalitas, yang berguna untuk mengetahui apakah sebaran data terdistribusi normal atau tidak (Santoso, 2002). Berdasarkan uji normalitas dengan *kolmogorov smirnov* jika nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal (Muhid, 2019).

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		400
Normal Parameters	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,76060956
Most Extreme Differences^{a,b}	Absolute	,035
	Positive	,035
	Negative	-,027
Test Statistic		,035
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas yang diperoleh 0,200 dilihat dari nilai taraf signifikansi. Dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang artinya data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji prasyarat kedua yaitu uji linearitas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel x dengan y. Data dapat dikatakan linear apabila nilai *deviation from linearity* signifikansi > 0,05 (Santoso, 2002).

Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas

			Df	F	Sig.
<i>Altruisme*</i> Empati	Between	(Combined)	32	8,678	,000
	Groups	Linearity	1	232,696	,000
		Deviation from	31	1,452	,060
		Linearity			
	Within		367		
	Group				
	Total		399		
<i>Altruisme*</i> Perilaku Modeling	Between	(Combined)	21	16,091	,000
	Groups	Linearity	1	310,874	,000
		Deviation from	20	1,352	,143
		Linearity			
	Within		378		
	Group				
	Total		399		

Penjelasan pada tabel 4.14 didapatkan hasil sebagai berikut:

- 1) Variabel empati (X1) dengan *altruisme* (Y) terdapat nilai signifikansi *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05 yaitu

0,060. Yang berarti bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang linear.

- 2) Sedangkan untuk variabel perilaku *modeling* (X2) dengan *altruisme* (X2) nilai signifikansi dari *deviation from linearity* adalah 0,143, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian variabel perilaku *modeling* dengan *altruisme* juga memiliki hubungan linear.

c. Uji Multikolinearitas

Selanjutnya, uji prasyarat ketiga yaitu uji multikolinearitas untuk melihat hubungan antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya menunjukkan hasil tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Empati	,641	1,559
Perilaku <i>Modeling</i>	,641	1,559

Dari tabel 4.15 terbukti bahwa model regresi yang digunakan pada penelitian ini tidak terdapat indikasi multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat dari:

- 1) Nilai VIF $1,559 < 10$
- 2) Nilai *tolerance* $0,641 > 0,1$

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji prasyarat terakhir yakni uji heteroskedastisitas. Agar model regresi dikatakan baik maka tidak boleh menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Dilihat dari nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	4,861	1,135		4,281	,000
Empati	-,016	,025	-,039	-,622	,534
Perilaku Modeling	-,028	,033	-,054	-,863	,389

Pada hasil tabel 4.16 menunjukkan nilai signifikansi dari empati sebesar 0,534 sedangkan perilaku *modeling* adalah 0,389. Diketahui bahwa hasil dari variabel keduanya lebih besar dari 0,05 maka tidak menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji prasyarat sudah terpenuhi. Selanjutnya dilakukan tahap uji hipotesis dengan teknik analisis regresi linier ganda. Berikut penjelasan dan interpretasi hasil dari uji hipotesis:

- a. Uji T Untuk Mengetahui Hubungan Antar Variabel X Dengan Variabel Y

Tabel 4.17 Hasil Korelasi Antara Empati, Perilaku *Modeling*, dan *Altruisme*

	t	Sig.
(Constant)	7,735	,000
Empati (X1)	7,257	,000
Perilaku Modeling (X2)	10,532	,000

- 1) Hubungan antara Empati (X1) dengan *Altruisme* (Y)

Dilihat dari hasil *pearson correlation*, variabel *altruisme* dan empati memiliki nilai t hitung sebesar 7,275 dengan taraf signifikansi 0,000. Dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ artinya H_0 ditolak.

Diperoleh hasil signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya adanya hubungan yang signifikan antara *altruisme* dengan empati.

- 2) Hubungan antara Perilaku *Modeling* (X2) dengan *Altruisme* (Y)

Pada variabel *altruisme* dengan perilaku *modeling* diketahui t hitung 10,532 serta signifikansi 0,000, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Dengan demikian, terdapat hubungan yang signifikan antara *altruisme* dengan perilaku *modeling*.

b. Uji F Untuk Mengetahui Hubungan Variabel X1 dan X2 Secara Bersama dengan Variabel Y

Pedoman untuk melakukan uji hipotesis hubungan variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y yaitu dengan melihat nilai sig. < 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika nilai sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.18 Hasil Korelasi Empati dan Perilaku *Modeling* Secara Bersama dengan *Altruisme*

ANOVA					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5654,146	2	2827,073	198,902	,000 ^b
Residual	5642,732	397	14,213		
Total	11296,878	399			

Berdasarkan tabel 4.18 diatas diketahui hasil F hitung 198,902 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai sig. < 0,05 maka hipotesis diterima atau empati (X1) dan perilaku *modeling* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap *altruisme* (Y).

c. Koefisien Regresi

Tabel 4.19 Hasil Koefisien Regresi

Coefficients			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	14,603	1,888
	Empati	,305	,042
	Perilaku <i>Modeling</i>	,578	,055

Tabel 4.19 menunjukkan hasil koefisien regresi, rumus persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

$Y' = altruisme$

$a =$ konstanta

$b_1b_2 =$ koefisien regresi

$x_1 =$ empati

$x_2 =$ perilaku *modeling*

Data-data pada tabel diatas dimasukkan dalam rumus, maka bentuk persamaannya dibawah ini:

$$Y' = 14,603 + 0,305 X_1 + 0,578 X_2$$

Penjelasannya sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 14,603 berarti jika empati dan perilaku *modeling* tidak ada atau bernilai 0, maka nilai *altruisme* adalah 14,603.
- 2) Koefisien regresi sebesar 0,305 berarti tiap pertambahan satu nilai empati, maka nilai *altruisme* akan bertambah sebesar 0,305.

Sehingga makin tinggi nilai empati, makin tinggi pula nilai *altruisme*.

- 3) Koefisien regresi sebesar 0,578 berarti tiap pertambahan satu nilai perilaku *modeling*, maka nilai *altruisme* akan bertambah sebesar 0,578. Dengan demikian makin tinggi nilai perilaku *modeling*, maka nilai *altruisme* juga tinggi.

d. Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y

Tabel 4.20 dibawah ini menunjukkan hasil nilai R Square (koefisien determinasi) adalah 0,501 atau diubah dalam bentuk persen menjadi 50,1%. Maksudnya, pada variabel *altruisme* dipengaruhi variabel empati dan perilaku *modeling* sebesar 50,1%. Sementara, sisanya 49,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Untuk lebih jelasnya, lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.20 Besar Pengaruh Variabel X1 dan X2 Terhadap Variabel Y

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,707 ^a	,501	,498	3,77007	1,907

e. Sumbangan Efektif Variabel X Terhadap Variabel Y

Sumbangan efektif (SE) pada tiap variabel x terhadap y dengan rumus sebagai berikut:

$$SE X_i = \left(\frac{b_{xi} \cdot CP \cdot R^2}{regression} \right) \times 100 \%$$

Keterangan:

SE Xi	=	sumbangan efektif variabel Xi
b_{xi}	=	koefisien (B) variabel Xi
CP	=	<i>cross-product</i> variabel Xi
Regression	=	nilai regresi
R^2	=	sumbangan efektif total

Setelah melakukan perhitungan dengan SPSS didapatkan hasil pada tabel 4.21 dengan melihat nilai *cross-products* untuk variabel empati

terhadap *altruisme* adalah 6006,540 sedangkan untuk variabel perilaku *modeling* adalah 5757,600.

Tabel 4.21 Hasil Harga Cross-products Variabel X Terhadap Variabel Y

		Correlations		
		Empati	Perilaku <i>Modeling</i>	<i>Altruisme</i>
Empati	Pearson Correlation	,601**	1	,599**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	Sum of Squares and Cross-products	7158,850	12569,000	5757,600
	Covariance	17,942	31,501	14,430
	N	400	400	400
Perilaku <i>Modeling</i>	Pearson Correlation	,659**	,599**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	Sum of Squares and Cross-products	6006,540	5757,600	7354,640
	Covariance	15,054	14,430	18,433
	N	400	400	400

Selanjutnya pada tabel 4.22 berisikan harga koefisien (B) variabel

x terhadap y. Untuk variabel empati (X1) diketahui nilai (B) sebesar 0,339 dan untuk variabel perilaku *modeling* (X2) adalah 0,660.

Tabel 4.22 Hasil Harga Koefisien (B) Variabel X Terhadap Variabel Y

		Coefficients	
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	14,603	1,888
	Empati	,305	,042
	Perilaku <i>Modeling</i>	,578	,055

Diketahui nilai regresi yang diperoleh yaitu 5654,146 dan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.23 dibawah ini:

Tabel 4.23 Nilai Regresi

ANOVA		
Model		Sum of Squares
1	Regression	5654,146

Setelah semua masing-masing dari nilai variabel sudah diketahui, langkah berikutnya memasukkan hasil-hasil tersebut ke dalam rumus yang sudah dijelaskan sebelumnya antara lain:

$$\begin{aligned} \text{SE Empati} &= \left(\frac{0,305 \times 5757,600 \times 50,1}{5654,146} \right) \times 100 \% \\ &= 15,6\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{SE Perilaku Modeling} &= \left(\frac{0,578 \times 7354,640 \times 50,1}{5654,146} \right) \times 100 \% \\ &= 34,5\% \end{aligned}$$

Setelah dilakukan perhitungan sumbangan efektif dari tiap-tiap variabel x terhadap y, maka dapat diketahui hasil nilai SE empati terhadap *altruisme* sebesar 15,6% sedangkan nilai SE dari variabel perilaku *modeling* adalah 34,5%. Lebih detailnya dapat dilihat tabel 4.24 dibawah ini:

Tabel 4.24 Hasil Sumbangan Efektif (SE) Tiap Variabel X Terhadap Variabel Y

Variabel	Sumbangan Efektif (SE)
Empati	15,6%
Perilaku Modeling	34,5%
Total	53,3%

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menyelidiki apakah hubungan antara empati dan perilaku *modeling* dengan *altruisme* pada generasi z di surabaya. Total subjek dalam penelitian ini berjumlah 400 responden yang terdiri dari 212 laki-laki dan 188 perempuan. Subjek pada penelitian ini merupakan generasi z di surabaya. Generasi z adalah seseorang yang lahir tahun 1998-2009 dimana mereka sedang menempuh pendidikan SMP, SMA/SMK, Kuliah, dan Lainnya. Subjek juga pernah melakukan donasi dalam bentuk uang paling yaitu 329 orang sedangkan donasi dalam bentuk barang hanya 71 orang.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Namun, sebelumnya dilakukan beberapa uji prasyarat diantaranya uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pada uji normalitas residual, hasilnya menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Hasil tersebut diketahui data yang digunakan berdistribusi normal.

Prasyarat kedua yakni uji linearitas. Dilakukan uji ini pada tiap variabel bebas dan variabel terikat. Hasilnya, pada variabel empati dengan variabel *altruisme* diperoleh nilai signikansi pada *deviation from linearity* sebesar 0,060 sementara pada variabel perilaku *modeling* dengan *altruisme* nilai signifikansi

sebesar 0,143. Yang berarti keduanya bernilai $> 0,05$, maka variabel bebas dan terikat tersebut memiliki hubungan yang linear. Untuk prasyarat ketiga yaitu uji multikolinearitas dengan nilai VIF $1,559 < 10$ serta nilai *tolerance* $0,641 > 0,1$. Maksudnya adalah tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Prasyarat terakhir adalah uji heteroskedastisitas, didapatkan nilai signifikansi variabel empati sebesar 0,534 sedangkan perilaku *modeling* 0,389. Kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi lebih besar 0,05, dimana kedua variabel tersebut tidak ditemukan adanya heteroskedastisitas. Setelah semua prasyarat sudah terpenuhi, selanjutnya data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Dalam penelitian ini terdapat 3 hipotesis yang akan dijelaskan secara rinci. Hipotesis pertama yaitu terdapat hubungan antara empati dengan *altruisme*. Diketahui hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,601 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan begitu, hipotesis pertama diterima atau dapat dikatakan terdapat hubungan yang signifikan antara empati dengan *altruisme*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Huber & MacDonald (2012) tentang *altruisme* dan empati pada 186 mahasiswa di Midwestern Amerika Serikat. Penelitian ini menghasilkan *altruisme* dan emosi berkorelasi dan signifikan satu sama lain. Tak hanya itu, fakta lain ditemukan pada penelitian Aswin (2019) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara empati dan *altruisme*.

Dalam perilaku *altruisme* sangat diperlukan adanya empati. Hapsari & Mardiana (2016) mengatakan bahwa individu yang memiliki rasa empati yang tinggi akan mampu berperilaku *altruisme*. Ketika seseorang memiliki empati yang sangat tinggi, mereka akan cenderung melakukan tindakan *altruisme* (Batson dalam Howe, 2015). Oleh sebab itu, individu yang memiliki rasa empati dapat mengendalikan emosi guna menolong orang lain karena memahami serta ikut merasakan penderitaannya (Hurlock, 1999).

Selanjutnya, dilihat dari nilai koefisien regresi yakni 0,305 yang berarti bahwa setiap penambahan satu nilai empati, maka nilai *altruisme* akan naik sebesar 0,305. Artinya makin tinggi nilai empati maka nilai *altruisme* juga makin tinggi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Royani & Suhana (2018) menunjukkan hasil semakin tinggi empati maka semakin tinggi pula perilaku *altruisme*. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Hoffman, Mujica, Orozco, dan Compton (2017) di Venezuela kepada 148 responden bahwa seseorang yang memiliki rasa empati yang tinggi maka perilaku *altruisme* juga semakin tinggi, begitupun sebaliknya.

Hipotesis kedua adalah ada hubungan antara perilaku *modeling* dengan *altruisme*. Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui hasil koefisien korelasi 0,659 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dan memiliki hasil yang signifikan antara perilaku *modeling* dengan *altruisme*.

Perilaku *modeling* merupakan salah satu dari aspek *altruisme*. Menurut Sarwono & Meinarno (2009) adanya model yang melakukan perilaku *altruisme* dapat memotivasi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Pernyataan itu sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Rushton & Campbell (1977) menghasilkan adanya peranan seorang model untuk mendonorkan darahnya dapat mempengaruhi orang lain melakukan hal yang sama pula.

Sanderson (2010) perilaku *altruisme* dapat terjadi apabila perilaku tersebut dimodelkan oleh orang-orang tertentu, misal orang tua kepada anak atau tokoh-tokoh media lainnya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Barragan & Dweck (2014) bahwa aktivitas *reciprocal* guna menolong dengan sederhana yang dilakukan oleh orang tua menyebabkan anak melakukan perilaku *altruisme* dengan baik pula.

Pernyataan diatas sesuai dengan hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu dengan didapatkan nilai koefisien regresi 0,578 yang berarti setiap penambahan satu nilai perilaku *modeling*, maka nilai *altruisme* akan naik sebesar 0,578. Yang artinya bahwa semakin tinggi nilai perilaku *modeling*, maka semakin tinggi pula *altruisme*.

Hipotesis ketiga yaitu adanya hubungan antara empati dan perilaku *modeling* dengan *altruisme*. Ditemukan nilai F hitung 198,902 dengan signifikansi 0,000. Dikarenakan nilai sig. < 0,05 maka hipotesis ketiga diterima dan menandakan adanya hubungan antara empati dan perilaku *modeling* secara simultan dengan *altruisme*. Seseorang yang memiliki rasa empati akan

menolong orang lain yang sedang kesusahan atau membutuhkan pertolongan (Stephan dalam Asih & Pratiwi, 2010). Namun tak hanya empati yang menjadi seseorang berperilaku *altruisme* tetapi juga *modeling*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sprafkin, Liebert & Poulous (1975) bahwa anak-anak ikut menolong beberapa ekor anjing setelah melihat beberapa tokoh di media televisi melakukan hal yang sama.

Ketiga hipotesis diatas sudah dijelaskan secara rinci, kemudian menunjukkan hasil analisis regresi dimana nilai *R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,501 yang berarti empati dan perilaku *modeling* memiliki pengaruh terhadap *altruisme* sebesar 50,1%. Tak hanya itu, empati dan perilaku *modeling* memiliki besar pengaruh atau sumbangan efektif (SE). Pada variabel empati, sumbangan efektif yang diberikan sebanyak 15,6%, sedangkan untuk variabel perilaku *modeling* sumbangan efektif sebesar 34,5%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini perilaku *modeling* memberikan dampak yang lebih besar pada *altruisme* daripada empati.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas tentang hubungan antara empati dan perilaku *modeling* dengan *altruisme* pada generasi z di Surabaya. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis pertama, ditemukan hasil bahwa empati dengan *altruisme* memiliki hubungan positif yang signifikan. Dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,305, dimana nilai tersebut memiliki arti semakin tinggi empati maka semakin tinggi pula *altruisme*.
2. Hipotesis kedua, hasil yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku *modeling* dengan *altruisme*. Dilihat dari hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,659 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Hipotesis ketiga, hubungan antara empati dengan perilaku *modeling* dengan *altruisme* memiliki hubungan positif yang signifikan. Dengan nilai F hitung 198,902 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Selain itu, besar pengaruh empati dan perilaku *modeling* terhadap *altruisme* pada generasi z di Surabaya adalah 50,1% dengan sumbangan efektif pada variabel empati sebesar 15,6% dan perilaku *modeling* 34,5%.

B. Saran

1. Bagi Subjek

Diharapkan untuk bisa meningkatkan perilaku *altruisme* guna melestarikan budaya gotong royong atau saling membantu pada bangsa ini. Selain itu, hal tersebut juga diharapkan mampu menjadi cerminan atau contoh yang baik untuk generasi kita selanjutnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diketahui hasil bahwa kontribusi penelitian pada variabel empati dan perilaku *modeling* dengan *altruisme* sebesar 50,1%, dimana sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Oleh sebab itu, bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi perilaku *altruisme* seperti suasana hati, religiusitas, dan gender.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, S & Manrihu, M.T. (2009). *Teknik dan Laboratorium Konseling*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Agus, Efendi. (2005). *Revolusi Kecerdasan Abad 21*. Bandung: Alfabeta.
- Agustin, P. (2008). Kontribusi Empati terhadap Perilaku Altruisme pada Siswa-siswi SMAN 1 Setu Bekasi. *Jurnal Psikologi*. Vol 3. No. 7.
- Akbar, G. H., Erlyani, N., & Zwagery, R. V. (2020). Hubungan Kebahagiaan dengan Perilaku Altruisme pada Masyarakat Sekitar Tambang Asam-Asam. *Jurnal Kognisia: Jurnal Mahasiswa Psikologi Online*, 1(2), 95-101.
- Alamsyah, I. E. (2020). <https://www.republika.co.id/berita/ql185f349/pandemi-covid19-gen-z-minati-donasi-dengan-digital>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2021.
- Ali, Z. A., & Shah, S. S. (2012). Altruism and Belief just Word in Young Adults: Relationship with Religiosity. *Journal of Clinical Psychology*. Pakistan. Vol 2, 35- 46.
- Asih, G. Y., & Pratiwi, M. M. S. (2010). Perilaku Prosocial Ditinjau dari Empati dan Kematangan Emosi. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*. 1(1).
- Aswin, A. (2019). Hubungan Empati dengan Altruisme pada Anggota Gerakan Pramuka. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwin. (2019). Hubungan Empati dengan Altruisme Pada Anggota Gerakan Pramuka. *Psikoborneo*. 4(1).
- Bang, H., & Ross, S. D. (2009). Volunteer Motivation and Satisfaction. *Journal of venue and Event Management*, 1(1), 61-77.
- Barragan, R. C., & Dweck, C. S. (2014). Rethinking Natural Altruism: Simple Reciprocal Interactions Trigger Children's Benevolence. 111(48).
- BPS Kota Surabaya. (2020). <https://surabayakota.bps.go.id/indicator/12/197/1/proyeksi-penduduk-kota-surabaya.html>. Diakses pada tanggal 25 April 2021.
- Carmeli, A., & Josman, Z. E. (2006). The Relationship among Emotional Intelligence, Task Performance, and Organizational Citizenship Behaviors. *Human performance*, 19(4), 403-419.

- Carpenter, J., & Myers, C. K. (2010). Why volunteer? Evidence on the role of altruism, image, and incentives. *Journal of Public Economics*, 94(11-12), 911-920.
- Cervone., & Pervin. (2012). *Kepribadian: Teori dan penelitian* (jilid 2). Jakarta: Salemba Humanika.
- Chaplin, J. P. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cnn Indonesia. (2020). <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200321095758-284-485545/ramai-ramai-berdonasi-untuk-lawan-virus-corona>. Diakses pada tanggal 30 Juli 2021.
- Corey, Gerald (E. Koswara. Penerjemah). (1988). *Teori dan Praktek Konseling dan Psikoterapi*. Bandung: PT Refika Aditama
- Davis, M. A. (2018). *Empathy: A Social Psychological Approach*. New York: Routledge.
- Desmita. (2009). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Egilmez, E., & Naylor-Tincknell, J. (2017). Altruism and Popularity. *International Journal of Educational Methodology*, 3(2), 65-74.
- Febriansyah, G., & NRH, F. (2018). Hubungan Antara Efikasi Diri dengan Altruisme pada Relawan Palang Merah Indonesia. *Doctoral dissertation*. Universitas Diponegoro.
- Friedman, H. S., & Schustack, M. W. (2008). *Kepribadian teori klasik dan riset modern* (jilid 1 edisi 3). Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Giles, D. C., & Maltby, J. (2004). The role of media figures in adolescent development realtions between auotonomy, attachment, and interest in celebrities. *Personality and Individual Differences*. 36, 813-822.
- Goleman, D. (2007). *Kecerdasan Emosional: Mengapa EI Lebih Penting Daripada IQ*. Alih Bahasa: T. Hermaya. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Goleman, Daniel. (2002). *Kecerdasan Emosional Untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Alih bahasa : Alex Tri Kantjono Widodo. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Grail Research. (2011). *Consumers of Tomorrow Insights and Observations about Generation Z*.

- Gusti, A. Y., & Margaretha, P. M. (2010). Perilaku Prososial ditinjau dari Empati dan Kematangan Emosi. *Jurnal Psikologi*. Vol. 9. No. 3.
- Hadi, S. (2003). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Pustaka Andi.
- Hapsari, I. I., & Mardiana. (2016). Empati dan Motivasi Kerja Guru Sekolah Luar Biasa. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*. 5(1), 48-56.
- Hidayat, D. R. (2011). *Psikologi Kepribadian dalam Konseling*. Jakarta: Indeks.
- Hoffman, E., Gonzalez-Mujica, J., Acosta-Orozco, C., & Compton, W. C. (2020). The psychological benefits of receiving real-life altruism. *Journal of Humanistic Psychology*, 60(2), 187-204.
- Howe, D. (2015). *Empati Makna dan Pentingnya*. Ahli Bahasa: Ahmad Lintang Lazuardi. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Huber, J. T., & MacDonald, D. A. (2016). An Investigation of the Relations Between Altruism, Empathy, and Spirituality. *Journal of Humanistic Psychology*. XX (X), 1-16.
- Hurlock, E. B. (1999). *Perkembangan Anak jilid 2 edisi keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2005). Development and Validation of the Basic Empathy Scale. *Journal of Adolescence*. 26, 589-611.
- Liu, P. P., Safin, V., Yang, B., & Luhmann, C. C. (2015). Direct and indirect Influence of Altruistic Behavior in a Social Network. *PloS one*, 10(10), e0140357.
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik edisi ke 2*. Sidoarjo: Zifatma Jawara.
- Mujahidah, E., & Listiyandini, R. A. (2018). Pengaruh Resiliensi dan Empati Terhadap Gejala Depresi pada Remaja. *Jurnal Psikologi*. 14(1).
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Humanika.
- Myers, D.G. (2012). *Exploring social psychology*. New York: MC Graw Hill Education. ISBN: 978-1-259-25158-0.
- Nashori, F. (2008). *Psikologi Sosial Islami*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Pamungkas, I. M., & Muslikah. (2019). Hubungan antara kecerdasan emosi dan empati dengan altruisme pada siswa kelas XI MIPA SMAN 3 Demak. *Jurnal Bimbingan Konseling*. Vol. 5. No. 2.
- Purwanta, Edi. 2005. *Modifikasi Perilaku*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional
- Rachlin, H. (2002). Altruism and selfishness. *Behavioral and brain sciences*, 25(2), 239-250.

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Royani, P. R., & Suhana. (2018). Hubungan antara empati dengan perilaku altruisme pada relawan peduli anak panti asuhan di komunitas beruang mandiri. *Proding Psikologi*. Vol. 4. No. 2.
- Rushton, J. P., & Campbell, A. C. (1977). Modeling, Vicarious Reinforcement And Extraversion on Blood Donating in Adults: Immediate and Long-term Effect. *European Journal of Social Psychology*. 7(3), 297-306.
- Sabiq, Z & Djalali, M. A. (2012). Kecerdasan Emosi, Kecerdasan Spiritual & Perilaku Prosocial Pondok Pesantren Nasyrul Ulum Pamekasan. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2), 1.
- Salovey, P., & Mayer, J. (1990). *Emotional Intelligence, Imagination, Cognition, and Personality*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sanderson, C. A. (2010). *Social Psychology*. Hoboken, N. J: Wiley.
- Santoso, S. (2002). *Statistika Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santrock, J. W. (2003). *Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, S. W., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sladek, S., & Grabinger, A. (2014). Gen Z: The first generation of the 21st Century has arrived. Retrieve from: http://xyzuniversity.com/wpcontent/uploads/2014/02/GenZ_Final.pdf. retrieved on January, 19, 2020.
- Sprafkin, J. N., Liebert, R. M., & Poulos, R. W. (1975). Effects of a Prosocial Televised Example on Children's Helping. *Journal of Experimental Child Psychology*. 20(1), 119-126.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sumanto. (2020). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: penerbit Andi.
- Syafril, T. P. (2020). <https://fisip.ub.ac.id/tren-perilaku-menolong-pada-situasi-pandemi-covid-19/>. Diakses pada tanggal 10 April 2021.

- Syamsu, Y., & Juntika N. (2012). *Teori Kepribadian*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tapscott, Don (2008). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your world*. McGraw-Hill.
- Taufik. (2012). *Empati: Pendekatan Psikologi Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Taylor, S., Peplau, L., & Sears, D. (2009). *Social Psychology (12th ed)*. Alih bahasa Tri Wibowow. Jakarta: Kencana.
- Tionardus, M. (2021). <https://www.kompas.com/hype/read/2021/08/02/085538066/7-macam-penggalangan-dana-rachel-vennya-dari-covid-19-hingga-umkm-perempuan?page=all>. Diakses pada 01 september 2021.
- Winda. (2021). <https://cerdasbelanja.grid.id/read/52277747/panutan-5-artis-indonesia-galang-dana-untuk-bantu-penanganan-covid-19?page=all>. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2021.
- Zhao, L. (2012). Exploring Religiosity's Effects on Altristic Behavior. Social: research report. *Department of Psychology*. University of British, Columbia.
- Zwick, M., & Fletcher, J. A. (2014). Levels of altruism. *Biological Theory*, 9(1), 100-107.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A