



Tahun 2023

IDENTITAS MORAL PADA DONATUR RUTIN SITUS DONASI ONLINE SAAT PANDEMI COVID-19

*MORAL IDENTITY ON REGULAR DONORS AT ONLINE DONATION
DURING THE COVID-19 PANDEMIC*

Oleh :

Kania Lathifah Rusyda¹

Rani Armalita²

Septi Mayang Sarry³

ABSTRACT

Submitted:
19-10-2022

Revision:
09-05-2023

Accepted:
29-05-2023

The purpose of this research is to look at the moral identity of donors' experiences on online donation sites during the COVID-19 pandemic. The research method used in this study is a qualitative research method with an Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) approach. Data was collected using the in-depth interview method with three participants who regularly donate on an online donation site during the COVID-19 pandemic. The results of the study describe the moral identity of regular donors on online donation sites through several findings in the three participants. The research findings include being grateful for the current situation, understanding the feelings of other people who are in trouble, wanting to be of use to others, having some of the fortune of others, setting aside some money, making regular donations, and consistently making regular donations on online donation sites.

Keywords: *Interpretative Phenomenological Analysis Moral Identity; Online Donation; Regular Donors*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat identitas moral dari pengalaman para donatur di situs donasi online do masa pandemi COVID-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Data diambil dengan menggunakan metode wawancara mendalam pada tiga partisipan yang rutin berdonasi di salah satu situs donasi online selama pandemi COVID-19. Hasil penelitian menggambarkan identitas moral yang dimiliki donatur rutin situs donasi online melalui beberapa temuan pada ketiga partisipan. Temuan penelitian tersebut diantaranya bersyukur dengan keadaan saat ini, paham perasaan orang lain yang kesulitan, ingin bermanfaat bagi orang lain, ada sebagian rezeki orang lain, menyisihkan sebagian uang, pemberian donasi secara rutin, dan Konsisten memberikan donasi secara rutin di situs donasi online.

Kata kunci: *Donatur Rutin; Identitas Moral; Interpretative Phenomenological Analysis; Situs Donasi Online;*

¹ Kania Lathifah Rusyda – Universitas Andalas, kaniarusyda@gmail.com

² Rani Armalita – Universitas Andalas, raniarmalita@gmail.com (*Corresponding Author*)

³ Septi Mayang Sarry – Universitas Andalas, semasapsikologiunand@gmail.com

PENDAHULUAN

Di penghujung tahun 2019 dunia berada dalam situasi yang sulit akibat merebaknya wabah COVID-19. Terdetesinya virus di Wuhan, China jumlah kasus tersebut berangsur meningkat hingga menyebar seluruh global dan kemudian dinyatakan sebagai bencana pandemi oleh WHO (2020). Persebaran virus yang masif ini disebabkan oleh tingginya mobilisasi penduduk, yang berasal dari aktivitas di berbagai kota besar (Prasojo, Aini, & Kusumaningrum, 2020). Demi memutus persebaran penularan virus tersebut, pemerintah di Indonesia mengeluarkan tindakan preventif berupa “pembatasan” (Muhyiddin, 2020). Kebijakan pembatasan tersebut menghasilkan berbagai polemik dan dampak negatif di berbagai aspek kehidupan (Agustino, 2020).

Dalam bidang ekonomi, banyak UMKM dan perusahaan terpaksa menutup operasional usahanya (Fadillah & Taufiqurrachan, 2020), memotong gaji karyawannya, hingga melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) kepada karyawannya guna menekan biaya yang membengkak (Anwar, 2020). Hasil temuan Ngadi et al. (2020) dari Pusat Penelitian Kependudukan LIPI, pada akhir April tahun 2020, menunjukkan bahwa presentase PHK karyawan Indonesia sebesar 15,6%, di mana 1,8% merupakan PHK dengan pesangon, sedangkan 13,8% sisanya terkena PHK tidak diberikan pesangon. Studi itu menunjukkan bahwa selama masa PSBB, pendapatan pekerja menurun dan jumlah PHK meningkat. DKI Jakarta sebagai acuan ekonomi nasional dilaporkan terdampak signifikan dengan kebijakan pembatasan tersebut (Ngadi, Meilianna, & Purba, 2020).

Hasil temuan di atas menunjukkan persentase PHK yang cukup tinggi di Jakarta mencapai 11,8%. Dari persentase tersebut 6,8% karyawan mengalami penurunan pendapatan lebih dari 50% hingga 30,8% karyawan mengalami turunya pendapatan kurang dari 50%. Sebagian besar karyawan tersebut berasal dari Kota Depok, Kabupaten Bogor, Kota Bekasi, maupun Kota Tangerang dan Tangerang Selatan (Badan Pusat Statistik, 2020).

Selain dampak negatif yang dialami Indonesia juga didera berbagai bencana alam selama pandemi berlangsung. Kondisi negara kita yang semakin memburuk selama pandemi COVID-19 membuat semakin banyak munculnya individu atau organisasi guna menggalang dana untuk membantu masyarakat yang kesulitan, salah satunya penggalangan dana melalui webpage *Donasi Online* (Warapsari, 2020). Situs *Donasi Online* merupakan media penggalangan dana secara *online* dengan konsep kerja sama sosial pertama di Indonesia (Irfan, 2016). Di masa pandemi situs tersebut membuat kampanye (campaign) dengan tagline #BersamaLawanCorona untuk *crowdfunding* atau penggalangan dana yang dilakukan. Campaign ini salahsatu upaya untuk meminimalisir masalah keuangan berasal krisis perekonomian selama pandemi COVID-19 di negara kita ini (Warapsari, 2020).

Tagline #BersamaLawanCorona disasarkan untuk berbagai aspek, seperti transaksi serta penyaluran APD bagi nakes, sembako dan medis kepada masyarakat menengah ke bawah yang mengalami krisis akibat pandemi COVID-19, serta dukungan proses pembelajaran anak yang tidak memiliki gawai. Studi dari Fadillah dan Taufiqurrachan (2020) menggambarkan adanya peningkatan penggalangan dana yang signifikan di webpage *Donasi Online* hingga empat kali lipat sejak bulan Maret tahun 2020. Oleh karena itu menunjukkan mengenai perilaku berdonasi dalam kegiatan penggalangan dana secara online meningkat selama masa pandemi COVID-19, meskipun

penelitian Ngadi et al. (2020) menghasilkan bukti adanya penurunan pendapatan karyawan dan gelombang PHK yang tinggi.

Berdasar hasil riset Aquino dan Reed (2002), donatur dengan rutin melakukan kebiasaan berdonasi dan berpartisipasi dalam berbagai kerelawanan cenderung terdorong lebih kuat guna membantu meringankan kesulitan individu dan kelompok lainnya. Para donatur dan relawan tersebut ditemukan lebih memiliki dorongan untuk mengutamakan kebutuhan orang lain daripada yang jarang maupun tidak pernah melakukan donasi hingga menjadi relawan.

Temuan itu sesuai dengan interview awal yang dilakukan oleh penulis kepada salah satu donatur rutin di webpage *Donasi Online* saat pandemi. Berikut kutipan hasil wawancara donatur tersebut sebagai berikut:

“Kan pandemi ini pasti makin susah ya dalam perekonomian. Nah aku mikir ya pasti kita semua susah kan. Cuma kalau kita berfokus terus sama diri sendiri kapan mau berdampak buat orang lain. Setidaknya ada sedikit dari kita yang ‘bisa kita bagiin ke orang lain. Kalau mau tunggu kapan banyak uangnya mah kita gabakal take action, kan manusia ga akan pernah ngerasa cukup. Jadi aku mikir, aku emang kurang, tapi ada orang lain yang lebih kurang dari aku. Dengan aku yang kurang gini, setidaknya ada yang bisa aku bagikan ke orang lain walaupun sedikit.” (Komunikasi personal, 25 Oktober 2020).

Berdasarkan hasil wawancara awal di atas, didapatkan bahwa donatur tersebut merasakan keinginan kuat guna membantu individu lain dalam kesulitan. Donatur merasa terdorong guna membantu mengurangi kesulitan ekonomi individu yang lain yang terpuruk akibat pandemi. Hal itulah dikarenakan para pemberi donasi percaya bahwa ada individu lain yang lebih butuh pada sebagian materi dibandingkan diri sendiri. Oleh karena itu, terlepas dari situasi keuangannya, ia menganggap penting untuk tetap dapat memberikan dampak positif bagi orang lain.

Selain itu hasil interview salah satu relawan donatur lainnya, mendapatkan hasil informasi berikut:

“Jadi aku daftar donasi rutin di kitabisa karena aku emang berniat selalu mau donasi buat bantu-bantu orang sesering mungkin. Nah, tapi karena takutnya aku kelupaan nih belum donasi karena gasempet atau lupa atau apa, jadi yaudah aku ikut donasi rutin itu aja supaya gak lupa buat donasi. Aku kaya ngerasa bersyukur sama kehidupan aku sekarang. Nah, aku mau orang-orang yang gak seberuntung aku bisa ngerasain apa yang aku rasain juga. Sebisa mungkin, ya dengan hal kecil dulu yang baru bisa aku lakuin, yaitu dengan donasi rutin ini.” (Komunikasi personal, 25 Oktober 2020).

Berdasarkan hasil wawancara awal di atas, didapatkan bahwa donatur tersebut memiliki komitmen guna terus berdonasi di webpage *Donasi Online*. Donatur secara sukarela mendaftarkan diri pada program donasi rutin sehingga tiap bulannya ia tetap mengeluarkan uang untuk donasi, walau jika donatur tersebut kurang punya waktu dan lupa melakukannya. Donatur memiliki komitmen untuk berdonasi karena ia juga memiliki kecenderungan untuk membantu orang lain yang kesulitan. Dorongan membantu orang lain serta kesulitan dan memiliki kecenderungan untuk

mempertahankan sifat baik itulah memiliki indikasi bahwa donatur memiliki identitas moral sangat kuat (Aquino, Reed, & Levy, 2007; Hardy & Carlo, 2011).

Berdasarkan pemaparan itulah, dapat dilihat bahwa meskipun sisi perekonomian masyarakat Indonesia terdampak negatif dari pandemi COVID-19, namun realitanya ditemukan bahwa perilaku untuk berdonasi warga Indonesia justru meningkat saat ada pandemi. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang gambaran moral para donatur yang rutin memiliki tujuan untuk menggali pengalaman donatur rutin di situs *Donasi Online* untuk menggambarkan bagaimana gambaran identitas moral yang para donatur tersebut miliki.

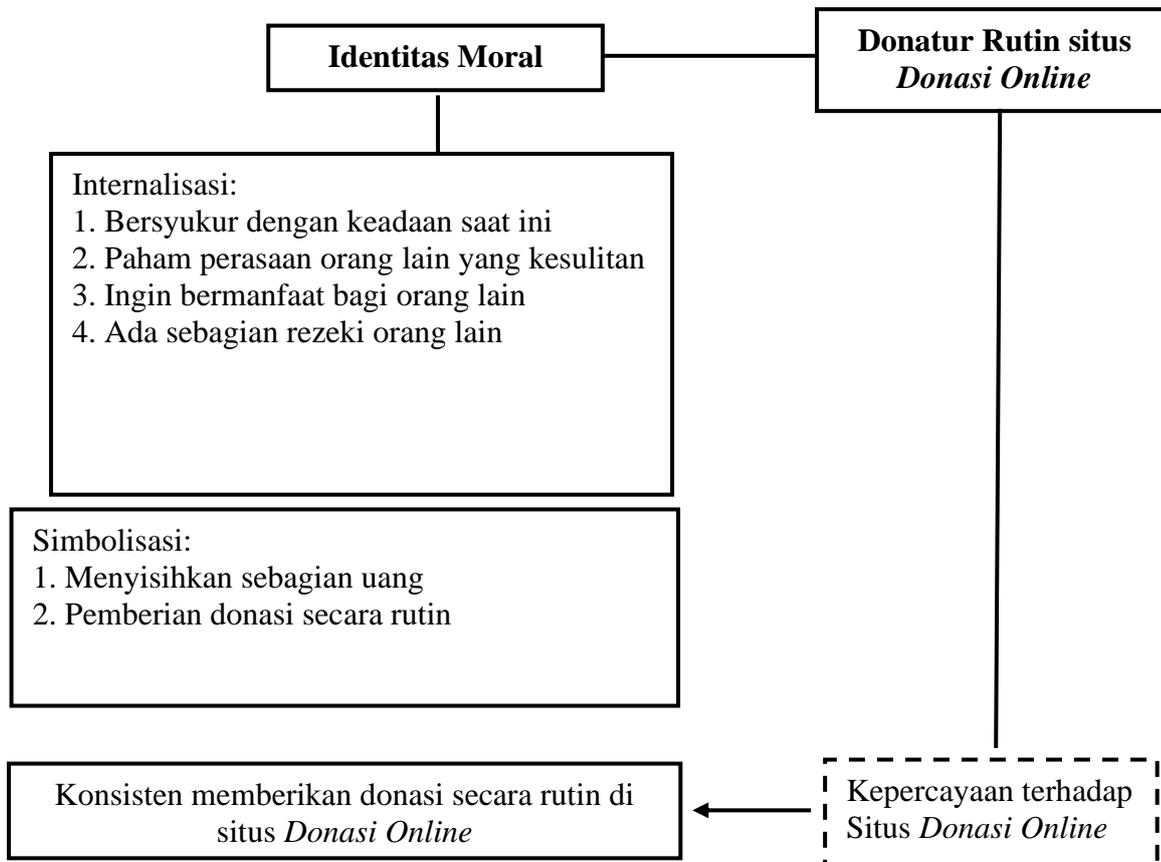
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis penelitian *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Jenis penelitian ini memiliki dasar filosofis yang kuat dan melibatkan proses wawancara. Prosedur pemilihan partisipan yang digunakan teknik *purposive sampling*. Partisipan pada penelitian ini berjumlah tiga orang dengan kriteria berdomisili di Jabodetabek, melakukan donasi di situs *Donasi Online* selama pandemi COVID-19 berlangsung, minimal satu kali dalam sebulan, dan mengalami penurunan pendapatan atau Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) selama pandemi COVID-19.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur yang bertujuan untuk menggali informasi secara lebih mendalam terkait topik penelitian sesuai dengan pengalaman yang dimiliki oleh partisipan (Kahija, 2017). Analisis data pada penelitian ini menggunakan prosedur analisis data *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) yang dikemukakan oleh Smith, Flowers, dan Larkin (2009). IPA menekankan proses interpretatif dalam menafsirkan pengalaman partisipan sebagai orang yang mengalami langsung pengalaman tersebut. IPA dilakukan melalui proses interpretasi ganda atau hermeneutik ganda. Pertama, peneliti mengidentifikasi komponen penting dari pengalaman partisipan yang membuatnya unik atau dapat dibedakan dari yang lain. Kedua, proses memahami pola pikir dan bahasa partisipan untuk bisa menerjemahkan maknanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa ketiga partisipan yang melakukan pemberian donasi rutin di situs *Donasi Online* selama pandemi COVID-19 mengalami proses pembentukan identitas moral. Pada penelitian ini, identitas moral partisipan digambarkan melalui beberapa hasil penelitian pada partisipan tersebut yaitu, rasa syukur dengan keadaan saat ini, dapat memahami perasaan orang lain saat kesulitan, keinginan untuk bermanfaat bagi orang lain, meyakini pentingnya saling tolong-menolong, meyakini bahwa rezeki yang dimiliki merupakan sbagian hak orang lain, menyisihkan sebagian rezeki walapun mengalami penurunan pemasukan, serta dilakukan donasi rutin. Hasil dari penelitian terkait identitas moral pada ketiga partisipan dapat digambarkan melalui bagan berikut:



Gambar 1. Gambaran Identitas Moral pada Ketiga Partisipan

Keterangan:

- : Berhubungan
- : Mempengaruhi
- - - - : Mediator

Tema-tema yang ada pada gambar 1 menunjukkan bagaimana proses internalisasi bergerak menuju proses simbolisasi pada donatur rutin di webpage *Donasi Online* selama pandemi COVID-19.

Bersyukur dengan keadaan yang dimiliki

Tema ini menggambarkan bagaimana partisipan berpikir dan melakukan perbandingan sosial saat melihat orang lain di sekitarnya untuk menjelaskan kondisinya saat ini. Pada ketiga partisipan dalam penelitian ini, proses perbandingan sosial yang dilakukan meliputi perbandingan sosial ke bawah.

“Kalau dibilang sedih sih sedih yaa... karna kita harus... apa... break our plans gitu... jadi harus mundur plannya. Yang tadinya ada income, jadi gaada gitu kan.

Ya bener-bener jadi ngerubah rencana banget sih. Yang harusnya tahun depan udah ngelakuin ini-itu, jadinya harus "oh yaudah gajadi" gitu. Karena duitnya harus dipake buat keperluan selama belum bekerja lagi. Gitusih... Tapi kalau dipikir, gimana ya... Aku masih beruntung tinggal sama orang tua, jadi kalau ada yang mendesak banget, aku ada back-up nih. Mungkin di luar sana banyak yang lebih sedih gitu. Kaya mahasiswa rantau yang gabisa pulang, trus orang yang jadi tulang punggung keluarga tapi harus kena pemotongan juga." (FI)

Ketiga partisipan membandingkan kondisi ekonomi yang memburuk dengan kondisi orang lain yang lebih kesulitan secara ekonomi selama pandemi COVID-19. Perbandingan sosial tersebut yang mengakibatkan munculnya perasaan syukur pada diri ketiga partisipan.

"...Kalau soal pendapatan, aku bersyukur sampai saat ini aku masih banyak diberi kenikmatan. Di luar sana pasti masih banyak yang lebih kesulitan dari aku, tanggungannya lebih banyak dari aku. Makanya aku mau bantu." (NS)

Pada ketiga partisipan perasaan syukur muncul ketika ketiga partisipan melihat bahwa banyak kondisi orang lain yang lebih kesulitan dibanding dirinya. Ketiga partisipan merasa masih bisa memenuhi kebutuhan dasarnya selama pandemi, walaupun keadaan ekonomi memburuk. Oleh karena itu, perasaan syukur ini kemudian mendorong partisipan untuk bisa menolong orang lain agar bisa juga memenuhi kebutuhan dasarnya seperti ketiga partisipan.

Memahami perasaan orang lain yang kesulitan

Baik partisipan FI, NS, maupun MO, ketiganya sama-sama bisa merasa tentang yang dirasa oleh orang lain yang dicantumkan pada kampanye donasi yang disebar oleh situs *Donasi Online* di berbagai sosial media. Ketiganya merasa bahwa bisa memahami dan merasakan kesulitan yang dialami orang yang ditampilkan pada kampanye donasi situs *Donasi Online*.

"Yang saya rasain itu sedih ya. Prihatin. Apalagi kalau mikirin banyak orang di luar sana yang kesusahan untuk beli makan, tempat tinggal. Belum lagi sekarang banyak pembatasan. Kayak pedagang-pedagang kaki lima gitu, karena sekarang orang banyak di rumah, jadinya yang beli dagangannya juga sedikit. Trus kayak supir angkutan umum, penumpangnya jadi sedikit. Otomatis pemasukan mereka juga menurun. Apalagi kalau sampai harus kena COVID juga atau misalnya ada anggota keluarga yang kena. Aduh kalau udah mikirin yang kayak gitu-gitu saya suka sedih sendiri. Mikirin harus bertahan hidup di kondisi sulit selama pandemi ini." (MO)

Pada penelitian ini, ketiga partisipan mengungkapkan bahwa bisa merasakan apabila berada pada kondisi orang lain yang kesulitan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga partisipan cenderung merasakan empati saat melihat orang lain yang kesulitan, karena bisa memahami bagaimana situasi itu tampak.

Keinginan untuk bermanfaat bagi orang lain

Ketiga partisipan ditemukan memiliki pandangan yang sama terkait keinginan untuk bermanfaat bagi orang lain dan pentingnya perilaku menolong.

“Kalau menurut aku, tugas manusia sebagai makhluk sosial adalah membantu sesama manusia itu sendiri. Selama kita masih bisa membantu orang lain, kenapa enggak? Karena orang lain itu banyak banget yang sedang butuh bantuan gitu, apalagi dengan kondisi saat ini. Kayak... lagi masa sulit banget gitu. Ada orang yang sebelum pandemi berkecukupan, sekarang dia bisa jatuh sejatoh-jatohnya gitu kan. Apalagi orang yang udah gak punya yah ibaratnya dari sebelum pandemi, ditambah lagi sekarang pandemi kayak gini. Chaos banget lah aku ngebayanginnya. Makanya aku bener-bener pengen semua manusia tuh saling bantu supaya semua orang bisa hidup nyaman.” (NS)

Ketiga partisipan mengaku tidak mengharapkan apapun saat memberikan pertolongan kepada orang lain. Ketiganya mengaku merasakan perasaan positif berupa rasa senang yang timbul setelah bisa membantu orang lain yang kesulitan.

“Kalau kita berbuat baik ke orang, mereka senang, kita akan otomatis ikut senang juga gitu. Mood kita jadi membaik, jadi positif lah. Tapi kalau kita ngejahatin orang, udah kita gak dapet manfaatnya, ada perasaan bersalah gitu nantinya. Jadi manfaat positif buat diri kita tuh gaada sama sekali.” (FI)

Imbalan dapat berupa imbalan internal maupun eksternal. Imbalan internal dapat berupa perasaan positif yang muncul dan meningkatkan rasa harga diri individu, seperti yang dirasakan oleh ketiga partisipan. Sedangkan imbalan eksternal dapat berupa apresiasi dari orang lain dan perbaikan citra di mata orang lain.

Terkait karakteristik orang yang diutamakan untuk ditolong, partisipan FI dan partisipan MO lebih memilih kategori yang sifatnya mendesak dan masih jauh dari target donasi. Alasannya adalah karena keduanya merasa prihatin terhadap sasaran donasi dan berharap agar orang tersebut dapat terbantu secepatnya. Hal ini menggambarkan adanya keterikatan emosional dari donatur dengan calon penerima donasi.

Ada sebagian rezeki orang lain

Pada ketiga partisipan, ditemukan ketiganya meyakini bahwa di dalam rezeki yang dimiliki ada rezeki orang lain. Keyakinan ini menunjukkan bahwa ketiga partisipan memiliki sebuah pandangan religiusitas.

“...Kalau aku sih prinsipnya, di rezeki kita ada rezeki orang juga. Kalau bantu itu sebenarnya kalo diitung-itung tuh gak seberapa yah... Kayak gak harus mengeluarkan banyak kalau memang belum mampu, tapi dengan bantuan yang gak seberapa itu, kita bisa bantu ngeringanin beban orang. Kan lebih baik gitu.” (FI)

Pada ketiga partisipan, pandangan religiusitas cenderung memberikan dorongan untuk melakukan perilaku prososial berupa menolong, berbagi, dan memberi. Hal ini

ditunjukkan ketika ketiga partisipan mengaku memiliki keinginan kuat untuk membantu sebisa diri partisipan karena ketiga partisipan mengetahui bahwa rezeki yang dimiliki tidak sepenuhnya milik partisipan, melainkan hak sebagian orang lain.

“...Prinsipnya sih harta atau rezeki yang saya milikin sekarang, itu tuh gak sepenuhnya punya saya. Ada sebagian yang menjadi hak orang lain yang kesulitan. Walaupun pemasukan saya terganggu, Allah masih kasih saya nikmat untuk bisa nabung, untuk hidup dengan nyaman, di saat mungkin banyak banget orang di luar sana yang gak bisa nikmatin itu. Dengan itu aja saya seharusnya sudah bisa bersyukur. Makanya saya bilang sebenarnya ada hak orang lain yang kesulitan juga dalam rezeki saya. Allah mau saya bisa bantu mereka dengan rezeki yang saya punya. Itu sih..” (MO)

Perilaku prososial yang ditemukan pada ketiga partisipan adalah perilaku memberikan donasi secara rutin di situs *Donasi Online*.

Pemberian donasi secara rutin

Selanjutnya, setelah ketiga partisipan telah memiliki suatu pandangan dan keyakinan yang telah ditanamkan dan partisipan anggap penting untuk dimiliki, ketiga partisipan kemudian memunculkan tindakan yang mencerminkan identitas moral yang dimiliki. Hal ini menunjukkan dimensi simbolisasi pada identitas moral yang dimiliki oleh partisipan FI, NS, dan MO. Perilaku yang dicerminkan pada ketiga partisipan tersebut adalah menyisihkan sebagian uangnya meski mengalami penurunan pendapatan dan memberikan donasi secara rutin di situs *Donasi Online*.

“...waktu gak kerja kemarin, aku ambil sedikit-sedikit dari tabunganku. Kebetulan aku sampe sekarang juga masih rutin nabung juga.” (FI)

“Iyaa, waktu itu saya tetep donasi sih. Jadi tetap dari tabungan.” (MO)

Pada ketiga partisipan, perilaku bermoral yang cenderung dilakukan dan ingin terus dipertahankan meliputi perilaku rutin memberikan donasi pada situs *Donasi Online*.

“Hm... paling akan tetep nabung sih. Untuk kerjaan alhamdulillah sekarang udah tetap, jadi bisa untuk nabung lebih banyak nyisihin uangnya. Jadi kalau nanti aku kondisinya susah, aku masih ada sebagian untuk berbagi gitu.” (FI)

Moral merupakan seperangkat standar yang menjelaskan terkait apa yang benar, untuk mengatur manusia agar bisa hidup secara kooperatif dalam berkelompok (Haidt & Kesebir, 2010). Dengan kata lain, sifat moral merupakan sesuatu yang ditentukan sebagai hal yang benar dan diterima di masyarakat (Reynolds & Ceranic, 2007). Sedangkan, perilaku moral dapat didefinisikan sebagai perilaku yang sesuai dengan apa yang dinilai benar, serta sesuai dengan nilai dan standar yang berlaku di masyarakat (Trevino, Weaver, & Reynolds, 2006).

Identitas moral merupakan suatu pandangan diri individu mengenai sifat yang dianggap baik, dan kemudian diyakini, dirasakan, serta dicerminkan melalui tindakan oleh individu (Aquino, Reed, & Levy, 2007). Saat seorang individu meyakini bahwa suatu sifat moral merupakan sesuatu yang penting dalam mendefinisikan identitas

pribadinya, individu dapat dikatakan memiliki identitas moral yang kuat (Aquino & Reed, 2002). Individu yang memiliki identitas moral kuat memiliki kecenderungan mengalami dorongan yang kuat untuk melakukan perilaku moral. Terdapat dua dimensi yang dapat menggambarkan identitas moral seseorang, yaitu internalisasi dan simbolisasi (Aquino, Reed, & Levy, 2007). Internalisasi merupakan konsep tentang sifat moral dan sejauh mana sifat-sifat moral itu dinilai penting dalam konsep diri seseorang, sedangkan simbolisasi adalah bagaimana individu menampilkan suatu tindakan dan perilaku berdasarkan pandangan sifat moral yang dimilikinya.

Lebih lanjut, partisipan melakukan perbandingan sosial ke bawah. Perbandingan sosial sendiri menurut Festinger (1954) adalah suatu proses di mana individu termotivasi untuk membandingkan diri individu dengan orang lain, baik secara spesifik atau umum, untuk menilai situasi sosial. Ketika membandingkan diri sendiri dengan orang lain, individu bisa memilih melalui dua cara yaitu dengan melakukan perbandingan sosial ke atas dan perbandingan sosial ke bawah (Guyer & Vaughan-Johnston, 2018). Menurut Guyer dan Vaughan-Johnston (2018), perbandingan sosial ke atas merupakan proses di mana individu mengevaluasi diri dengan orang lain yang dianggap lebih unggul dibandingkan dirinya sendiri pada suatu dimensi tertentu. Sebaliknya, perbandingan sosial ke bawah adalah proses ketika individu mengevaluasi kondisi diri dengan orang lain yang dianggap lebih rendah dibanding diri sendiri.

Perbandingan ke bawah tersebut menghasilkan rasa syukur. Perasaan syukur meliputi perasaan terima kasih atas hal yang dimiliki oleh individu (Watkins, Woodward, Stone, & Kolts, 2003). Hal yang dimiliki dapat berupa pemberian dari Tuhan, sesama manusia, maupun dari alam semesta. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Listiyandini, Nadya, Sonia, Nathania, dan Syahniar (2015) bahwa perasaan syukur menciptakan dorongan pada diri individu untuk melakukan atau memberikan hal yang sama seperti yang dimiliki.

Perasaan bisa memahami dan merasakan perasaan orang lain tersebut menunjukkan adanya empati pada ketiga partisipan (Eisenberg & Mussen, 1989). Perasaan empati merupakan keadaan afektif yang berasal dari kecenderungan untuk memahami keadaan emosional yang konsisten dengan orang lain (Eisenberg & Mussen, 1989). Lebih lanjut, empati adalah cara melihat situasi orang lain dari berbagai sudut pandang orang tersebut, memahami bagaimana situasi itu tampak bagi orang tersebut, serta bagaimana orang tersebut akan bereaksi kognitif dan emosional pada situasi itu (Granzin & Olsen, 1991). Menurut Eisenberg, Fabes, dan Spinrad (2007), empati juga dianalisis sebagai salah satu emosi moral.

Perilaku menolong adalah perilaku yang dilakukan oleh individu untuk mengurangi kesulitan orang lain, yang biasanya dilakukan secara sukarela atau tidak memberikan manfaat langsung terhadap orang yang menolong (Baron & Branscombe, 2016). Menurut Myers (2010) perasaan senang seperti yang dirasakan ketiga partisipan merupakan suatu imbalan yang dapat memotivasi individu untuk melakukan perilaku menolong. Keterikatan emosional tersebut yang menjadi salah satu faktor yang memotivasi ketiga partisipan untuk memberikan donasi (Brady, Noble, Utter, & Smith, 2002).

Religiusitas adalah kecenderungan seorang individu untuk berkomitmen pada keyakinan, prinsip, dan berpartisipasi dalam kegiatan agama (Iddagoda & Opatha, 2018).

Religiusitas digambarkan sebagai sebuah istilah yang menunjukkan ketertarikan seseorang untuk mewujudkan sisi agamisnya dalam berbagai sisi kehidupannya, baik dalam perilaku dapat dilihat oleh mata, maupun sesuatu yang tidak tampak atau hanya terjadi di dalam hati manusia (Ancok & Suroso, 2001).

Hal ini sesuai pada hasil pernyataan Hardy dan Carlo (2005), bahwa religiusitas diidentifikasi sebagai prediktor perilaku prososial yang signifikan. Perilaku prososial adalah perilaku sukarela dengan tujuan menguntungkan orang lain (Eisenberg, 1989). dorongan yang kuat pada partisipan untuk mempertahankan tindakan bermoral karena adanya nilai dan keyakinan moral yang dimiliki (Sneddon, Evers, & Lee, 2020).

Selain itu, terdapat temuan tambahan berupa faktor yang menjadi mediator ketiga partisipan dalam melakukan pemberian donasi secara rutin di situs Donasi Online. Keinginan orang untuk berdonasi ditentukan oleh kepercayaan donatur pada organisasi yang menggalang donasi (Cheung & Chan, 2000). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ruslamsyah, Rahayu, dan Rosida (2019), ditemukan bahwa kepercayaan terhadap suatu organisasi penggalangan dana berpengaruh signifikan terhadap keinginan untuk rutin berdonasi melalui organisasi tersebut. Hal ini sejalan dengan alasan ketiga partisipan untuk rutin berdonasi di situs *Donasi Online*, yaitu karena situs tersebut transparan dan sudah terpercaya. Situs *Donasi Online* digambarkan oleh ketiga partisipan sebagai situs yang selalu memberikan rincian detail terkait penerimaan dan penyaluran dana kepada target donasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah partisipan yang merupakan donatur rutin memiliki identitas moral dalam penggambaran melalui beberapa tema yang telah ditemukan. Tema tersebut diantaranya adalah rasa syukur dengan keadaan yang saat ini, dapat memahami perasaan individu lain yang tengah kesusahan, rasa ingin bermanfaat untuk individu lain, yakin akan tolong-menolong, meyakini bahwa rezeki pribadi terdapat hak orang lain, menyisihkan sebagian uang meski mengalami penurunan pendapatan, lalu berdonasi dengan rutin.

Penelitian ini tidak begitu spesifik dilakukan pada partisipan yang memiliki jenis kelamin berbeda. Pengambilan data berikutnya yang lebih terpusat atau spesifik pada partisipan wanita dan pria dapat dilakukan, untuk melihat bagaimana gambaran identitas moral yang dimiliki oleh pria atau wanita. Selain itu, disarankan dalam pengambilan data wawancara secara tatap muka pada penelitian selanjutnya jika situasi memungkinkan, supaya peneliti bisa melakukan observasi langsung dengan jelas melalui perilaku partisipan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D dan Suroso, F. N. (2001). Psikologi Islami,. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar.
- Anwar, M. (2020). Dilema PHK dan Potong Gaji Pekerja Di Tengah Covid-19. *Adalah: Buletin Hukum & Keadilan*, 4(1), 173-178. DOI: <https://doi.org/10.15408/adalah.v4i1.15752>

- Agustino, L. (2020). Analisis Kebijakan Penanganan Wabah Covid-19 : Pengalaman Indonesia Analysis Of Covid-19 Outbreak Handling Policy : The Experience Of Indonesia. *Jurnal Borneo Administrator*, 16(2), 253–270.
- Aquino, K., & Reed, A. II. (2002). The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423–1440. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1423>
- Aquino, K., Reed, A. II., Levy, E. (2007). Moral Identity and Judgments of Charitable Behaviors. *Journal of Marketing*, 71, 178-193. DOI: [10.1509/jmkg.71.1.178](https://doi.org/10.1509/jmkg.71.1.178)
- Aquino, K., Freeman, D., Reed, A. II, Lim, V. K., & Felps, W. (2009). Testing a social-cognitive model of moral behavior: The interactive influence of situations and moral identity centrality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(1), 123–141. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0015406>
- Baron, R. A., Branscombe, N. R. (2016). *Social Psychology* (14th ed.). Boston: Pearson.
- Brady, M. K., Noble, C. H., Smith, G. E., & Utter, D. J. (2002). How to Give and Receive: An Exploratory Study of Charitable Hybrids. *Psychology & Marketing*, 19(11), 919-944. DOI: <https://doi.org/10.1002/mar.10044>
- Cheung, C., & Chan, A. (2000). Social-cognitive Factors of Donating Money to Charity, with Special Attention to an International Relief Organization. *Evaluation and Program Planning*, 23(2), 241-253. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0149-7189\(00\)00003-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0149-7189(00)00003-3)
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* (4th Edition ed.). California: Sage Publishing.
- Eisenberg, N., & Mussen, P. H. (1989). *The Roots of Prosocial Behavior in Children*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eisenberg, N., Fabes, R. A., & Spinrad, T. L. (2006). Prosocial Development. In N. Eisenberg, W. Damon, & R. M. Lerner (Eds.), *Handbook of child psychology: Social, Emotional, and Personality Development*. John Wiley & Sons, Inc.
- Fadli, Safruddin, Ahmad, A. S., Sumbara, Baharuddin, R. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Kecemasan pada Tenaga Kesehatan Dalam Upaya Pencegahan Covid-19. *Jurnal Pendidikan Keperawatan Indonesia*, 6(1), 57-65. DOI: <https://doi.org/10.17509/jpki.v6i1.24546>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140. DOI: <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Granzin, K. L., & Olsen, J. E. (1991). Characterizing participants in activities protecting the environment: A focus on donating, recycling and conservation behaviors. *Journal of Public Policy & Marketing*, 10, 1-27. DOI: <https://doi.org/10.1177/074391569101000201>
- Guyer, J. J., & Vaughan-Johnston, T., I. (2018). Social Comparisons (Upward and Downward). Dalam V. Zeigler-Hill & T. K. Shackelford (Ed.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Springer International Publishing, 1-5. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1912-1
- Haidt, J., & Kesebir, S. (2010). Morality. In S. Fiske, D. Gilbert, & G. Lindzey (Eds.) *Handbook of Social Psychology 5th Edition*. New Jersey: Wiley.

- Hardy, S. & Carlo, G. (2011). Moral Identity: What Is It, How Does It Develop, and Is It Linked to Moral Action?. *Child Development Perspectives*, 5(3), 212-218. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1750-8606.2011.00189.x>.
- Iddagoda, A., & Opatha, H. (2018). Religiosity: Towards A Conceptualization and An Operationalization. *Sri Lankan Journal of Human Resource Management*, 7(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.4038/sljhrm.v7i1.5637>
- Irfan, Maulana. (2016). Crowdfunding Sebagai Pemaknaan Energi Gotong Royong Terbarukan. *Social Work Journal*, 6(1), 30-42. DOI: [10.24198/share.v6i1.13145](https://doi.org/10.24198/share.v6i1.13145)
- Kahija, Y. L. (2017). Penelitian Fenomenologis: Jalan Memahami Pengalaman Hidup. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Listiyandini, R. A., Nadya, R., Sonia, L., Nathania, A., & Syahniar, D., (2015). Mengukur rasa syukur: pengembangan model awal skala bersyukur versi indonesia, *Jurnal Psikologi Ulayat*, 2(2), 473-496.
- Muhyiddin. (2020). Covid-19, New Normal, dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 240-252. DOI: <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.118>
- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology*, 10th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Ngadi, Meilianna, R., Purba, Y. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap PHK dan Pendapatan Pekerja di Indonesia. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Edisi Khusus Demografi dan COVID-19, 43-48.
- Prasojo, A. P. S., Aini, Y. N., Kusumaningrum, D. (2020). Potensi Pola Aliran Mudik pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Edisi Khusus Demografi dan COVID-19, 21-26.
- Reynolds, S., & Ceranic, T. (2007). The Effects of Moral Judgment and Moral Identity on Moral Behavior: An Empirical Examination of the Moral Individual. *The Journal of Applied Psychology*, 92, 1610-24. DOI: [10.1037/0021-9010.92.6.1610](https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1610)
- Ruslamsyah, E., Rahayu, A., Rosida, R. (2019). Service Quality and Donor Trust and Its Impact on Donor Loyalty (Survey at LAZ Synergy Foundation). *Review of Islamic Economics and Finance (RIEF)*, 2(1), 15-31. DOI: <https://doi.org/10.17509/rief.v2i1.17673>
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis*. London: SAGE Publications.
- Sneddon, J. N., Evers, U., & Lee, J. A. (2020). Personal Values and Choice of Charitable Cause: An Exploration of Donors' Giving Behavior. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 49(4), 803-826. DOI: <https://doi.org/10.1177/0899764020908339>
- Trevino, L. K., Weaver, G. R., Reynolds, S. J. (2006). Behavioral Ethics in Organizations: A Review. *Journal of Management*, 32(6), 951-990. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0149206306294258>
- Warapsari, D. (2020). Crowdfunding sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media: Kampanye #BersamaLawanCorona (Donasi Online). *Avant Garde*, 8(1), 1-19. DOI: <https://doi.org/10.36080/ag.v8i1.985>
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R.L. (2003). Gratitude and happiness: development of a measure of gratitude, and relationships with subjective well-being. *Social Behavior and Personality*, 31(5), 431-452. DOI: <https://doi.org/10.2224/sbp.2003.31.5.431>
- World Health Organization. (2020). WHO Announces COVID-19 Outbreak a Pandemic. Diakses pada tanggal 27 November 2020 melalui

Kania Lathifah Rusyda, Rani Armalita, & Septi Mayang Sarry. *Gambaran Identitas Moral pada Donatur Rutin Situs Donasi Online Selama Pandemi Covid-19*

<https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/news/news/2020/3/who-announces-covid-19-outbreak-a-pandemic>