



Representasi Nilai Sila Ke-3: Peningkatan *Altruism Behaviour Economics* Pada Aktifitas Sosial Masa Pandemi Covid-19

Nilia Cahayati, Vika Annisa Qurrata

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Indonesia

e-mail: nilacahayati190@gmail.com

ABSTRACT

Covid-19 has become an epidemic that has caused a shift in social patterns. The value of unity and the close culture of mutual cooperation in Indonesian society are the capital of reconnecting social relations from the distraction of the Covid-19 pandemic. Although the mutual cooperation effort is not direct, its implementation can continue to be realized in the digital development network. Social capital and behavioral economic altruism are effective tools in addressing problems that arise during a pandemic. From this sense of unity, there is an act of sharing the burden, namely on those who have the advantage of giving to others in need. Based on research conducted with the quantitative descriptive method on 44 respondents consisting of 71.1% female respondents, 28.9% male respondents and the age range ranges from 15-30 years. The results showed that social empathy during the Covid-19 pandemic was found to have increased from before the pandemic outbreak. With digital developments that make it easier for people to help others. Kitabisa.com and Dompot Dhuafa are digital platforms that have been chosen by many respondents in an effort to reduce the burden of others (altruism) during the Covid-19 pandemic. The limitation in this study is that most of the respondents are students, so that the subject is limited, so that it can be developed in further research.

Keywords: altruistic behavior, digitization, social capital, Pancasila economy

ABSTRAK

Covid-19 menjadi wabah yang menyebabkan pergeseran pola bermasyarakat. Nilai persatuan dan eratnya budaya gotong royong pada masyarakat Indonesia menjadi modal perekatan kembali hubungan bermasyarakat dari adanya distraksi pandemi Covid-19. Meskipun upaya gotong royong tidak dengan berinteraksi secara langsung, tetapi pelaksanaannya dapat terus diwujudkan dalam jejaring perkembangan digital. Modal sosial dan *altruism behavioural economics* yang menjadi alat efektif dalam menyikapi sederet persoalan yang timbul kala pandemi berlangsung. Dari rasa persatuan tersebut, adanya aksi *burden sharing* yakni pada pihak yang memiliki kelebihan memberikan kepada sesamanya yang membutuhkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif pada 44 responden terdiri dari 71,1% responden wanita, 28,9% laki-laki serta rentang usia berkisar antara 15-30 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, empati sosial dalam masa pandemi Covid-19 didapati meningkat dari sebelum terjadinya pandemi mewabah. Dengan adanya perkembangan digital yang memudahkan masyarakat untuk membantu sesamanya. Kitabisa.com dan Dompot Dhuafa menjadi *platform digital* yang banyak dipilih responden dalam upaya meringankan beban sesama (altruisme) dalam masa pandemi Covid-19. Keterbatasan pada penelitian ini adalah sebagian besar responden adalah mahasiswa, sehingga cakupan subyek responden terbatas, sehingga dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: altruism behaviour, digitalisasi, modal sosial, ekonomi Pancasila



PENDAHULUAN

Pandemi telah memberikan dampak dan pahitnya kemerosotan strategis di semua sektor ekonomi, meningkatnya pengangguran, meningkatnya kemiskinan dan ketimpangan. Namun siklus alam ini bukanlah akhir zaman, episode sejarah seperti pedang bermata dua yang dapat merubah nasib suatu bangsa (Acemoglu, R., & Robinson, 2012), dengan optimisme dari seluruh elemen masyarakat. Respons global terhadap COVID-19 membutuhkan ketegasan, ketahanan, dan tekad dari pemerintah di seluruh dunia (Wong AS and Kohler JC, 2020).

Pada awal kemunculan kasus Covid-19 di Indonesia setahun silam, pemerintah telah melakukan beragam upaya untuk mencegah penyebaran virus dengan memberlakukan regulasi Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB). Muara regulasi tersebut memberikan dampak besar terhadap perubahan sosial bagi masyarakat Indonesia. Dapat kita ketahui bahwasannya di Indonesia merupakan negara dengan budaya komunitarian (suka berkumpul atau berkumpul dalam kelompok) dalam suatu kesatuan sosial (Hilmy, 2020). Budaya tersebut diinterpretasikan melalui sikap gotong royong, empati sosial yang kuat, dan rasa toleransi yang (Mutiara I.A., Nur S., Ramlan H ., 2020). Dari interpretasi modal sosial tersebut diekspresikan dengan adanya sentuhan fisik seperti berjabat tangan, memeluk atau mencium pipi kanan dan kiri (Mutiara I.A., Nur S., Ramlan H ., 2020). Namun, adanya pandemi bukanlah halangan bagi masyarakat Indonesia untuk terus merefleksikan nilai-nilai dan budaya positif yang telah terjalin. Pandemi yang dibarengi dengan berkembangnya era digitalisasi menjadi salah satu jembatan untuk merefleksikan nilai-nilai positif yang telah ada dan berkembang dalam masyarakat. Salah satunya, dapat di jumpai dari penggalangan dana melalui start up fundrising yang mengalami peningkatan yang luar biasa selama pandemi. Pandemi dan digitalisasi bak menjadi fasilitator yang menjembatani proses bersosialisasi dan atau merekatkan kembali norma yang telah merenggang bagi mereka yang memenuhi kriteria dalam berjejaring di dunia maya. Sehingga proses sosialisasi dapat terus dilakukan secara daring baik melalui platform chatting, email, video call, maupun video conference dalam skala yang lebih luas.

Sehingga dari pemaparan diatas, tujuan utama penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis representasi nilai Sila ke-3 dalam perilaku altruisme masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk gotong royong. Permasalahan yang akan dibahas adalah (a) apakah nilai gotong royong dalam masyarakat selama pandemi meningkat atau menurun; dan (b) bagaimanakah peran digitalisasi membantu masyarakat Indonesia untuk terus menyalurkan rasa persatuan dalam masyarakat. Sehingga dari permasalahan tersebut akan dilakukan analisis terhadap banyaknya upaya gotong royong dalam masa pandemi dengan melakukan penggalangan dana, jumlah orang yang memberi dan jumlah uang yang terkumpul untuk masyarakat yang membutuhkan antara Maret – September 2020 di Kitabisa.com, GoPay dan Dompot Dhuafa.

KAJIAN TEORI

Modal sosial didefinisikan sebagai hubungan interpersonal dan jejaring sosial yang memberi orang rasa identitas, tanggung jawab bersama, dan akuntabilitas kolektif (Whiteley PF, 2015). Praktik sosial di unit terkecil seperti desa dalam membangun sinergi yang konstruktif dan menciptakan rasa tanggung jawab untuk kebaikan bersama Zahrotunnimah Z (2020) telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari budaya Indonesia (Effendi TN, 2016). Dalam budaya memberi, sedekah atau memberi, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki daya jiwa sosial yang tinggi. Hal ini tak terlepas dari tingginya rasa empati yang tumbuh dalam masyarakat yang mana ketika seseorang melihat adanya penderitaan pada orang lain maka perasaan empati dalam diri muncul dan tergerak untuk



memberikan pertolongan bagi seseorang tersebut. Menurut Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears (2009), altruisme adalah tindakan sukarela (*volunteering*) yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang bertujuan untuk menolong orang lain tanpa mengharapkan imbalan apapun. Selain itu, (Santorock, 2003) tindakan altruisme merupakan minat yang tidak mementingkan dirinya sendiri (egois) untuk menolong orang lain. Ciri altruisme mencakup tiga hal yakni empati, keinginan memberi, dan sukarela (McCullough, M. E., Kimeldorf, M. B., & Cohen, 2008).

Dalam World Happiness Report Index tahun 2019 menyebutkan bahwa Indonesia berada di peringkat 92 dengan persentase responden atau donatur untuk yayasan sebesar 68,7%. Persentase ini jika dibandingkan akan setara atau sejalan dengan negara-negara dengan pendapatan per kapita tinggi seperti Australia (70,3%), Kanada (63,4%), Denmark (60,3%), Irlandia (69,9%), dan Norwegia (60,3%). Hal ini cukup mencerminkan bahwa modal sosial yang tertanam dalam keragaman budaya Indonesia merupakan modal yang cukup kuat untuk bersinergi dalam kondisi pandemi Covid-19. Dan juga didukung oleh organisasi *World Giving Index* ke-10 *The Charities Aid Foundation* (CAF), yang memasukkan Indonesia dalam sepuluh negara paling dermawan di antara 144 negara di dunia, dan itu terbukti (Haryadi, D., & Malitasari, 2020). Dari pemaparan diatas, menurut (Theurer, K., & Wister, 2010), kegiatan altruistik dan modal sosial menjadi sebuah predictor kebahagiaan dan kepuasan hidup yang dirasakan oleh 4.486 orang di Kanada.

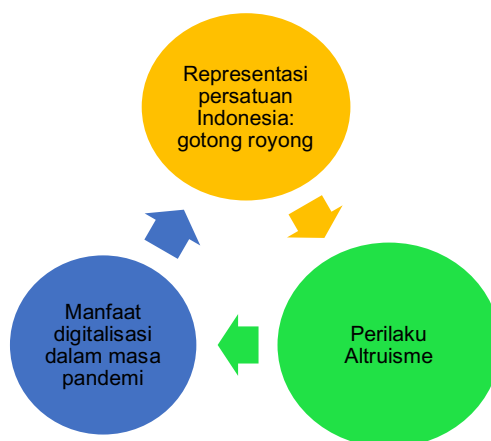
Dilansir dari laman Kitabisa.com (2020), banyak ditemukan kampanye penggalangan dana selama masa pandemi, seperti campaign #BersamaLawanCorona dengan partisipan campaign sebesar 5664 169.609.673.780 donasi. Campaign Konser Musik #DiRumahAja: SOLidaritas Lawan Corona membuahkan donasi sebesar Rp13.603.838.392. Dana tersebut nantinya akan disalurkan pada kelompok yang paling renta, seperti tenaga mdis, masyarakat kecil yang harus bekerja di luar rumah. Pada campaign selanjutnya yaitu 'Help Behind the Scenes Affected by the Pandemic', yang bertujuan untuk mendukung para seniman agar terus merefleksikan pandemi dalam mempersembahkan karya terbaiknya.

Menurut Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 40 ribu artis tercatat sebagai pandemi Covid-19. Dalam acara Kitabisa.com (2020) ini, penggalangan dana untuk artis mencapai nominal Rp 2.967.361 dari 24 donatur. Selanjutnya kampanye 'Bantu Pendidikan di Kawasan Timur Indonesia Saat Pandemi', pendonor kampanye ini mencapai 5.628 orang dengan target Rp 200.000.000 namun jumlah yang didapat lebih besar dari yang diperkirakan sebesar Rp. 216.176.359, kampanye ini bertujuan untuk membantu 45 anak di Dataran Tinggi Tengah (Papua), Sekadau (Kalimantan Barat) dan Nusa Tenggara Timur (NTT). Selain itu juga digunakan untuk edukasi, distribusi APD, masker, pembangunan fasilitas cuci tangan umum di beberapa tempat, dan pendistribusian paket sembako kepada keluarga terdampak dalam menanggapi pandemi Covid-19.

Data terbaru melalui platform Dompot Dhuafa ditemukan adanya peningkatan sebesar 16,5 persen dari tahun sebelumnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa solidaritas jaringan komunitas pada saat pandemi mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Meskipun dari segi ekonomi, cukup dikatakan bahwa mereka juga mengalami tekanan. Menurut Sebayang (2020), tren penggunaan donasi dompet digital dan zakat akan meningkat 30-40 persen karena desakan Covid 19 dan pembatasan sosial skala besar (PSBB). Peningkatan pendapatan melalui donasi dompet digital dan zakat tersebut menjadi salah satu upaya uluran tangan dalam perilaku altruisme serta sebagai representasi nilai positif dari adanya media baru yakni crowdfunding sebagai media ajakan terbuka melalui internet untuk menyediakan sumber daya finansial baik dalam bentuk donasi ataupun pertukaran dengan produk guna mewujudkan suatu tujuan tertentu (Belleflamme, P.,

Lambert, T., & Schwienbacher, 2014), dari upaya tersebut secara tidak langsung apabila dirangkai pada tiap-tiap komponennya akan menjadi suatu representasi nilai positif yakni kekeluargaan serta gotong royong. Nilai-nilai positif tersebut pula terkandung dalam deskripsi dan semangat jiwa Ekonomi Pancasila. Menurut Mubyarto (1987), Ekonomi Pancasila merupakan ideologi dan ilmu serta sistem ekonomi yang dijiwai oleh Pancasila, yaitu sistem ekonomi yang direpresentasikan sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan kegotongroyongan nasional. Melalui cermin nilai asas kekeluargaan dan kegotongroyongan tersebut, perilaku altruisme dalam masa pandemi Covid-19 menjadi salah satu upaya dalam mereduksi dampak sosial-ekonomi pandemi. Modal dalam mewujudkan aksi tersebut ialah kuatnya rasa modal sosial yang telah tertanam dalam masyarakat.

Dalam penelitian ini, penulis akan fokus pada modal sosial, perilaku altruisme dan representasi nilai Pancasila sila ke-3 yang terspesifikasi pada kegiatan gotong royong dalam memberi kepada masyarakat Indonesia. Terlebih dalam masa pandemi Covid-19. Kegiatan sosial (burden sharing) dalam mengatasi dampak pandemi ini tidak hanya dirupakan berupa uang atau barang, tetapi juga dalam bentuk perbekalan masker, hand sanitizer atau APD untuk tenaga kesehatan, dan fenomena pembagian makan gratis bagi masyarakat umum. Dari serangkaian penjelasan diatas pola kerangka kerja tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka berfikir
Sumber: Cahayati (2021)

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian dengan analisis kuantitatif - statistik deskriptif. Statistik deskriptif didefinisikan sebagai statistik bertujuan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang mengeneralisasi (Sugiyono, 2016). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pada data sekunder, data didapat pada laman Kitabisa.com dan Dompot Dhuafa. Selain itu, data primer diperoleh melalui sebaran kuesioner. Dengan total 44 responden yang dibagikan secara acak. Dalam menentukan penskoran pada kuisisioner adalah menggunakan skala likert. Skala likert digunakan sebagai pengukuran sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial (Sugiono, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi Covid-19 menjadi tantangan tersendiri terlebih pada hubungan sosial yang telah terjain antar masyarakat. Indonesia merupakan negara yang dikenal dengan budaya



gotong royong, ramah-tamah dan gemar berderma. Karakter yang terbentuk berlandaskan pada kepercayaan yang dianut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kaitannya dengan pandemi Covid-19, sejalan dengan Kearns & Forest (2001) menyatakan setiap elemen harus bekerja bersama sebagai bagian dari suatu kesatuan keluarga, bangsa, dan negara, hal ini pula sebagai pengungkapan dari modal sosial dalam bentuk kohesi sosial dan politik.

Table 1. Profil demografis responden (n = 45)

Profil Responden	Frekuensi	Persentase
Gender		
Laki-laki	13	28,9%
Perempuan	32	71,1%
Total	45	100%
Usia		
15-20	11	75,6%
21-30	34	24,4%
31-40	0	0
Total	45	100%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	41	91,2%
Wiraswasta	1	2,2%
<i>Freelancer</i>	1	2,2%
Swasta	1	2,2%
Guru	1	2,2%
Total	45	100%
Pendapatan per Bulan		
< 500.000	6	14,3%
> 500.000	12	28,6%
500.000-2000.000	22	52,4%
2000.000-5000.000	0	0
> 5000.000	2	4,8%
Total	42	100%
Domisili		
Jawa	37	82,2%
Kalimantan	2	4,4%
Sulawesi	2	4,4%
Sumatera	2	4,4%
Bali	0	0
NTB	0	0
NTT	1	2,2%
Papua	1	2,2%
Total	45	100%
Total	45	100%

Hasil sebaran kuisioner dalam penelitian total responden yang diperoleh adalah 44 orang. Dengan rasio jenis kelamin 71,1% perempuan dan 28,9% laki-laki. Hal tersebut menunjukkan bahwa rasio gender perempuan lebih dominan daripada laki-laki. Representasi rasio gender dalam penelitian ini juga mendukung tingginya tingkat altruisme yang didapatkan dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan Giovanis, E., & Ozdamar (2020) yang menunjukkan bahwa WTPA (*willingness to pay of altruism*) pada wanita cenderung dapat membayar lebih tinggi secara signifikan baik kepada orang dewasa atau anak-anak.

Rentang usia responden adalah 75,6% berusia 15-20 tahun dan 24,4% berusia 21-30 tahun. Serta dengan sebaran domisili 82,2% di Pulau Jawa; 4,4% di Pulau Kalimantan, 4,4%



di Pulau Sulawesi, 4,4% di Pulau Sumatera, 2,2% di Pulau Papua, dan 2,2% di Pulau NTT. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelemahan-kelemahan yang terdapat pada setiap item pernyataan sebelum instrument digunakan pada responden (Faisal, 1988). Hasil deskripsi statistik penelitian disajikan pada table sebagai berikut:

Table 2. Hasil uji tes validitas dan reliabilitas

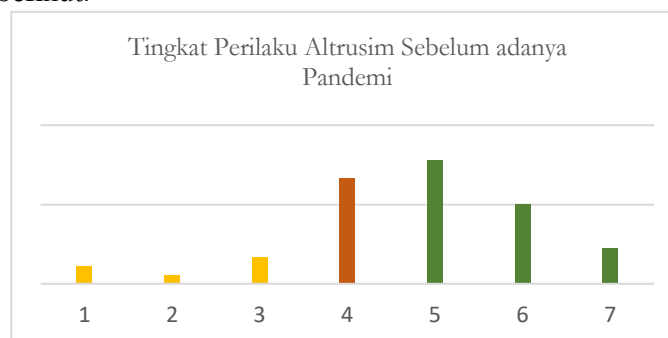
	Cronbach's Alpha	N of items	Scale mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1			23.66	11.67	0.283	0.756
Q2			21.61	15.26	0.173	0.748
Q3	0.713	5	22.95	9.25	0.658	0.577
Q4			22.57	9.78	0.675	0.575
Q5			22.66	10.18	0.611	0.605

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa item yang telah dikoreksi menunjukkan nilai korelasi yang lebih dari 0.3 pada Q2, Q3, dan Q4. Hal tersebut berarti bahwa item pertanyaan layak dan valid untuk digunakan. Pada reliabilitas dapat dilihat dari Cronbach's Alpha yang bernilai 0.756. maka dapat disimpulkan bahwa penelitian dapat diterima dengan baik dan reliable.

Table 3. Nilai rata-rata dan standar deviasi

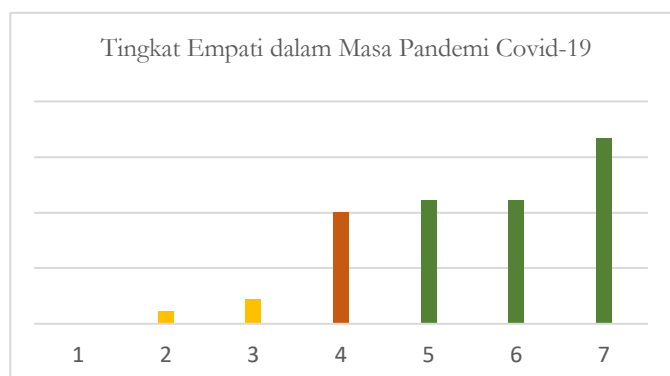
No	Faktor	Mean	Std. Deviation
1	Kebiasaan untuk melakukan kegiatan donasi (altruis)	4.7333	1.40454
2	Minat untuk melakukan hal altruis	6.7500	0.57567
3	Empati dalam melakukan hal altruis	5.4444	1.34089
4	Minat yang muncul akibat adanya empati	5.8000	1.19848
5	Tingkat (donasi) altruis dalam masa pandemi	5.7333	1.21356

Pada tabel 2, dapat direpresentasikan bahwa mean atau rata-rata tertinggi berada pada kesadaran responden terhadap dampak pandemi pada sektor perekonomian 6.75. Pada urutan kedua rata-rata tertinggi yakni pada minat yang muncul akibat adanya empati 5.80. Selanjutnya pada pertanyaan tingkat donasi (altruis) dalam masa pandemi 5.73, empati dalam melakukan hal altruis 5.44, dan yang terakhir yakni kebiasaan untuk melakukan kegiatan donasi (altruis) 4.73. Pada pemaparan lebih jauh dapat dijelaskan melalui gambar deskripsi sebagai berikut.



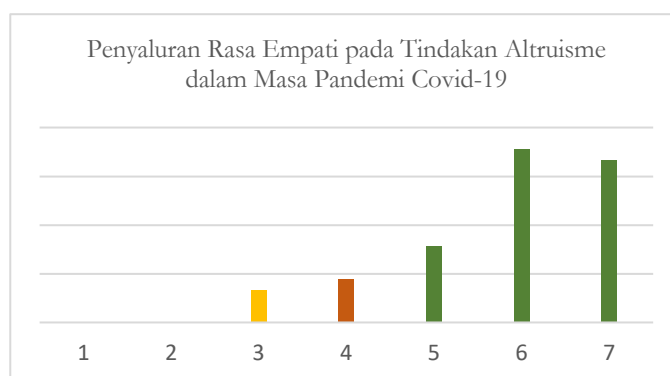
Gambar 1. Analisis hasil kuisisioner

Perilaku altruisme dengan berderma sebelum pandemi pada responden ditunjukkan pada bar warna kuning, orange, dan hijau. Bar kuning berarti menunjukkan skala sangat tidak setuju hingga tidak setuju, warna bar warna orange merepresentasikan skala netral dan dan hijau adalah skala setuju hingga sangat setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku altruisme sebelum adanya pandemi berada di poin 4 dan 5 yaitu netral dan setuju.



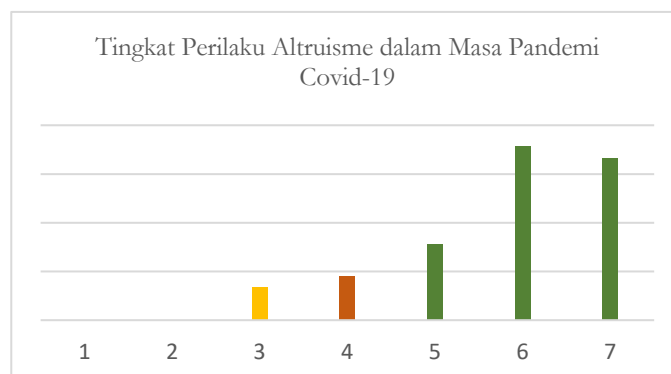
Gambar 2. Analisis hasil kuisioner 2

Analisis pada pertanyaan kedua mengenai tingkat empati dalam masa pandemi Covid-19 merepresentasikan bahwa responden memberikan pendapatnya pada kisaran skala 4 (netral) hingga 7 (Selalu Setuju) atau dalam bar warna orange dan hijau. Hal ini merepresentasikan bahwa keterkaitan sosial dan empati masyarakat didapati cenderung tinggi walaupun dalam masa pandemi serta masih memiliki nilai pergaulan dan kepedulian yang tinggi (Haryadi, D., & Malitasari, 2020).



Gambar 3. Analisis hasil kuisioner 3

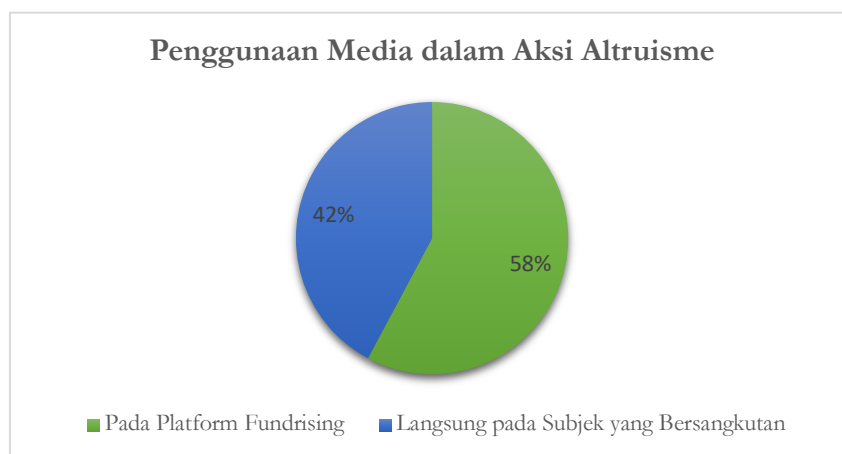
Analisis pada pertanyaan ketiga, mengenai penyaluran rasa empati pada Tindakan altruisme dalam masa pandemi Covid-19, dideskripsikan bahwa ketika merosotnya sektor perekonomian dan menurunnya pendapatan, kiat responden dalam *burden sharing* dan sikap empatinya didapati tetap konstan bahkan cenderung mengalami kenaikan (skala setuju – sangat setuju yang direpresentasikan dengan warna hijau memiliki nilai yang lebih tinggi daripada yang lainnya). Hal ini dibuktikan dalam masa pandemi sering kali kita menemui banyaknya aksi solidaritas atau sukarelawan dalam menangani dampak pandemi Covid-19. Masyarakat menunjukkan rasa tanggap tinggi dalam melindungi komunitas (Regus, 2020). Sesama warga memberikan dukungan bagi komunitas yang terdampak COVID-19 (Regus, 2020) misalnya pada SPJ dan JIC (Kusnadi, I. H., & Hikmawan, 2020).



Gambar 4. Analisis hasil kuisioner 4

Dengan melakukan perbandingan pada Gambar 1 (hanya berkisar pada skala nilai netral dan setuju) dan Gambar 4 (skala tingkat perilaku berkisar pada skala setuju hingga sangat setuju), dapat disimpulkan bahwa adanya kenaikan dari skala pemberian derma (altruisme) pada masa sebelum dan atau ketika pandemi Covid-19 mewabah. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusnadi, I. H., & Hikmawan (2020), yang menunjukkan bahwa basis yang tidak kalah penting dalam menyikapi dampak sosial dan ekonomi dari Covid-19 adalah kebangkitan kesukarelaan (*volunteer*) yang hadir dalam berbagai bentuk aspek, mulai dari relawan aktif sebagai aktor yang turun secara langsung atau sebagai aktor sekunder yang muncul dengan berbagai macam donasi dan lain sebagainya.

Melalui wabah dan digitalisasi, kita dapat memetik satu buah nilai positif yakni kita dapat mengeksplor dengan mudah berita mengenai orang-orang yang membutuhkan, donasi bencana, ataupun mengenai pembangunan sarana sosial. Dalam hal ini, responden turut andil dalam memanfaatkan perkembangan teknologi yang positif yang tercermin pada gambar dibawah ini:



Gambar 5. Media yang digunakan dalam mewujudkan perilaku altruisme



Gambar 6. Perwujudan dari aksi altruisme yang dilakukan

Dari gambar tersebut dapat dideskripsikan bahwa 57,8 persen responden dalam menyalurkan aktivitas altruistiknya melalui platform *fundraising*. Pola ini mengikuti perkembangan teknologi masa kini yang menyediakan, menjangkau dan mengkolaborasikan suatu informasi mengenai sebuah kampanye individual secara efisien (Dresner, 2014). Dan 42,2 persen lainnya memilih langsung pada target yang bersangkutan. Dari 44 responden, 88,9 persen menggunakan uang sebagai metode dalam meyalurkan empatinya, 6,7 persen berupa kebutuhan pokok, 2,2 persen untuk uang dan kebutuhan pokok.

Dalam kasus pandemi Covid-19 ini, kita banyak menyaksikan adanya kemunculan dan meningkatnya jejaring sosial serta sukarelawan baik berupa empati dana bantuan sosial, tenaga sebagai relawan penanganan ataupun tenaga kesehatan. Masyarakat menunjukkan rasa tanggap tinggi dalam melindungi komunitas, memberikan dukungan serta menggalang solidaritas sosial agar warga dapat menyumbang apapun untuk bantuan darurat (Regus, 2020). Sejalan dengan Kusnadi, I. H., & Hikmawan (2020) yang meneliti mengenai kohesi digital di Era Pandemi COVID-19 di Indonesia menunjukkan bahwa pola masyarakat dalam menyikapi dan menanggapi dampak sosial dan ekonomi dari Covid-19 adalah solidaritas komunitas yang mengalami kebangkitan di berbagai aspek, terutama di media sosial atau digital kewarganegaraan dan literasi digital. Serta, basis yang tidak kalah penting adalah kebangkitan kesukarelaan (*volunteer*) yang hadir dalam berbagai bentuk aspek, mulai dari relawan aktif sebagai aktor yang turun secara langsung atau sebagai aktor sekunder yang muncul dengan berbagai macam donasi dan lain sebagainya. Selanjutnya Haryadi, D., & Malitasari (2020) menunjukkan bahwa solidaritas sosial, di Indonesia masih memiliki nilai pergaulan dan kepedulian yang tinggi di dunia. Salah satu refleksi penting yang dari pandemi Covid-19 ialah karakter komunal pada masyarakat dalam masa pandemi Covid-19 ini diwujudkan melalui pengelolaan pola tradisional untuk mengatasi masalah sosial, kesehatan, dan ekonomi dari pandemi Covid-19. Namun, dari cara tradisional tersebut, terdapat peran sistem teknologi yang menjembatani sistem tradisional tersebut. Partisipasi berdonasi pada kampanye *crowdfunding* menjadi salah satu bentuk pemecahan masalah secara kolaboratif, yaitu mengenai pencarian solusi terkait masalah finansial dalam masa pandemi Covid-19. Serta kolaborasi yang terjadi atas dasar kesamaan nilai tersebut bertujuan untuk melawan adanya eksistensi Covid-19 (Warapsari, 2020).

Melalui serba-serbi kegiatan altruistik tersebut, bagian-bagian kecil dari budaya empati, tindakan altruisme, serta yang secara massif membentuk suatu pola gotong royong yang bertujuan menuntaskan suatu permasalahan yang dihadapi yakni wabah Covid-19 tersebut tumbuh dan merajut rasa kesatuan yang tercermin pada nilai sila ke-3 yakni persatuan Indonesia. Melalui sikap altruisme tersebut memberikan sarana *burden sharing*



melalui derma atau donasi, masyarakat yang membutuhkan masih dapat bertahan dalam masa sulit adanya pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik benang merah bahwasannya modal sosial dan altruisme menjadi dua fenomena yang menjadi unsur penting dalam mereduksi masa sulit kala pandemi Covid-19 baik antar individu dengan individu, individu dengan kelompok, ataupun kelompok dengan kelompok. Pada penelitian ini didapati adanya peningkatnya rasa gotong royong sebagai upaya kolaborasi untuk memutus dampak negative dari adanya pandemi Covid-19. Teknologi *crowdfunding* (pada *platform* sosial) dapat menjadi salah satu jembatan dalam upaya pemecahan masalah bersama dalam menuntaskan pandemi. Salah satunya hal ini ditandai dengan naiknya dana sosial (derma) yang terkumpul dalam sejumlah *platform* sosial yang nantinya akan diberikan dalam bentuk barang, uang atau alat-alat pendukung tenaga kesehatan yang membantu masyarakat yang terdampak atau terjangkit Covid-19. Budaya kedermawanan masyarakat Indonesia terbukti menjadi modal yang berdasarkan pada satu rasa, satu nasib dan satu sepenanggungan. Sehingga antara individu saling bergotong royong untuk meringankan beban sesama yang pula mencerminkan nilai persatuan dan kesatuan dalam nilai sila ke-3. Perkembangan zaman yang kian bergerak eksponensial menjadi jembatan kala fisik tidak dapat bertemu satu dengan lainnya untuk saling membantu.

Saran

Peneliti berharap apabila kajian mengenai judul ini dikembangkan, peneliti-peneliti selanjutnya dapat menggunakan variable yang lebih dominan dan signifikan dalam menganalisis keterkaitan antara *social capital*, empati dan pandemi sebagai kajian yang lebih lengkap. Serta pengembangan responden juga dapat menjadi pertimbangan pada peneliti selanjutnya untuk mendapatkan ragam hasil yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Acemoglu, R., & Robinson, J. (2012). *Why Nations Fail*. Crown Publishing Group.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29, 585–609.
- Dresner, S. (2014). *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet*. John Wiley & Sons.
- Effendi TN. (2016). Budaya Gotong Royong Masyarakat Dalam Perubahan Sosial Saat Ini. Jurnal Pemikiran Sosiologi. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*.
- Giovanis, E., & Ozdamar, O. (2020). Who is Left Behind? Altruism of Giving, Happiness and Mental Health during the Covid-19 Period in the UK. *Applied Research in Quality of Life*.
- Haryadi, D., & Malitasari, D. N. (2020). Solidarity During Covid-19 Pandemic (a Case Study on the Social Action of Yogyakarta Food Solidarity and the Interfaith Network for Covid-19 Response). *Jurnal Partisipatoris*, 2(2), 58–74.
- Kitabisa.com. (2020a). #BerasamaLawanCorona. <https://galangdana.kitabisa.com/partners/bersamalawancorona>
- Kitabisa.com. (2020b). *Bantu pekerja dibalik layar yang terdampak pandemi*. <https://kitabisa.com/campaign/thestoryofartist>
- Kusnadi, I. H., & Hikmawan, M. D. (2020). Digital cohesion in era of pandemic COVID-19 in Indonesia. *International Journal of Engineering Research and Technology*, 13(7), 1775–1779.



- McCullough, M. E., Kimeldorf, M. B., & Cohen, A. D. (2008). An adaptation for altruism: The social causes, social effects, and social evolution of gratitude. *Current Directions in Psychological Science*, 17(4), 281–285.
- Mutiara I.A., Nur S., Ramlan H., & B. M. (2020). Modal Sosial: Membangun Optimisme Sosial pada Masyarakat di Tengah Pandemi Covid-19. *Prosiding Nasional Covid-19*, 113–116.
- Regus, M. (2020). Pentingnya Revitalisasi Modal Sosial Paska Pandemi Covid-19. *Jurnal Kependudukan Indonesia*. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 2092(11).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi sosial* (edisi kedua). Salemba Humanika.
- Theurer, K., & Wister, A. (2010). Altruistic behaviour and social capital as predictors of well-being among older Canadians. *Ageing and Society*, 30(1), 157–181.
- Warapsari, D. (2020). Crowdfunding sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media: Kampanye #BersamaLawanCorona (Kitabisa.com). *Avant Garde*, 8(1), 1.
- Whiteley PF. (2015). *Social Capital* (second edi). International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences.
- Wong AS and Kohler JC. (2020). Social capital and public health: responding to the COVID-19 pandemic. *Globalization and Health*, 16(1), 1–4.
- Zahrotunnimah Z. (2020). Langkah Taktis Pemerintah Daerah Dalam Pencegahan Penyebaran Virus Corona COVID-19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*.