

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Hussin dan Arshad (2012) membuktikan bahwa altruisme merupakan salah satu faktor motivasi terhadap *volunteerism* seperti yang sudah dibuktikan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan relasi positif altruisme terhadap *volunteerism*. Sebanyak 240 responden dengan berbagai macam karakter demografis diuji.

Penelitian yang dilakukan oleh Sattar dan Waheed (2013) menjelaskan bahwa para sukarelawan yang bekerja di organisasi non profit di Islamabad, Pakistan, memiliki motivasi yaitu *career development*, *values*, dan *understanding*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menguji sebanyak 120 responden.

Kahana, Bhatta, Lovegreen, Kahana, dan Midlarsky (2013) melakukan penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh orientasi prososial terhadap *well-being outcomes* secara positif maupun negatif. Hasil yang didapat adalah perilaku-perilaku prososial tersebut berkontribusi secara unik terhadap pengelolaan *life satisfaction*.

Eccles dan Biggs (2014) melakukan penelitian kualitatif mengenai motivasi sukarelawan pada sistem keadilan kriminal (*criminal justice system*) di Inggris. Penelitian ini memahami kondisi-kondisi yang dibutuhkan untuk penggunaan yang efektif pada para sukarelawan. Hasil

penelitian tersebut menemukan adanya 6 tema yang mempengaruhi motivasi sukarelawan yaitu *personal affect, personal growth, social goals, altruistic, activity, dan values*.

B. Pengertian Organisasi Non Profit

Organisasi nirlaba atau organisasi non-profit adalah suatu organisasi yang bersasaran pokok untuk mendukung suatu isu atau perihal didalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang tidak komersial, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba (moneter). Organisasi non-profit berdiri untuk mewujudkan perubahan pada individu atau komunitas, sedangkan organisasi profit sesuai dengan namanya jelas-jelas bertujuan untuk mencari keuntungan. Organisasi non-profit menjadikan sumber daya manusia sebagai asset yang paling berharga, karena semua aktivitas organisasi ini pada dasarnya adalah dari, oleh dan untuk manusia (Komang, 2008).

Dalam kegiatannya, Cutlip (2007) menjelaskan secara umum organisasi non profit dengan beberapa kriteria, antara lain:

1. *Organized* (terorganisir)

Adanya kesatuan institusional, yang berarti bahwa organisasi memiliki kesepakatan, pertemuan berkala, petugas-petugas, peraturan atau indikator-indikator lainnya yang relatif permanen.

2. *Private* (pribadi)

Organisasi non profit secara institusional terpisah dari pemerintah. Mereka bukan agensi yang dikontrol pemerintah walaupun mungkin saja menerima pendanaan dari pemerintah.

3. *Non profit distributing* (distribusi tanpa keuntungan)

Organisasi non profit tidak hadir untuk menghasilkan profit bagi pemilik atau direktornya. Hal ini tidak berarti organisasi non profit tidak dapat menghasilkan profit. Namun jika mendistribusikan profit kepada yang mengatur atau untuk mengembangkan bisnis merupakan tindakan yang dilarang, karenanya harus memenuhi syarat tidak mencari keuntungan.

4. *Self governing* (pengaturan secara mandiri)

Organisasi non profit memerintah dirinya sendiri dan mengontrol aktivitasnya sendiri, artinya mereka membuat prosedur sendiri dan tidak tergantung dari pihak luar.

5. *Voluntary* (kesukarelaan)

Seminim-minimnya pasti ada partisipasi sukarelawan baik dalam manajemen organisasi atau pelaksanaan programnya. Artinya ada beberapa aspek kontribusi amal yang terlibat.

C. Organisasi Non Pemerintah

Non-Government Organization (NGO) yang jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti Organisasi Non Pemerintah atau lebih dikenal dengan sebutan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Ririen

(2009) NGO adalah suatu kelompok atau asosiasi nirlaba yang beraktifitas di luar struktur politik yang terinstitusionalisasi. Pencapaian hal-hal yang menjadi minat atau tujuan anggotanya diupayakan melalui lobi, persuasi, atau aksi langsung. Ririen (2009), NGO biasanya memperoleh sebagian pendanaannya dari sumber-sumber swasta. Semakin baik kinerja dan produktifitas yang dihasilkan oleh sebuah NGO sehingga manfaat yang dirasakan oleh masyarakat semakin besar, maka dana yang mengalir ke NGO tersebut tentunya akan semakin besar pula. Hal itu menunjukkan bahwa kepercayaan dari pihak-pihak donatur untuk mendanai sebuah NGO tentu saja semakin besar.

Menurut Abidin & Rukmini (2004), karakteristik NGO sendiri pada umumnya adalah :

1. Independen, artinya tidak berafiliasi kepada sebuah kekuatan politik tertentu.
2. Nirlaba, artinya non-profit atau tidak mencari keuntungan, dan mengutamakan kepentingan masyarakat.
3. Sukarela, lebih menyediakan waktu untuk kepentingan lembaga.
4. Non-birokratis, tidak melalui prosedur yang berbelit-belit.
5. Komunitas kecil, terdiri dari beberapa orang saja, dilihat dari struktur dan ruang lingkup.
6. Lahir dan dekat dengan lapisan masyarakat bawah.

Philip Elderidge (1995) mengajukan tiga model hubungan NGO dengan negara, dilihat dari orientasi NGO dalam menjalankan berbagai kegiatannya, yaitu:

1. *High Level Partnership: Grassroots Development*

Karakteristik jenis ini ditandai hubungan yang sangat partisipatif, mengutamakan kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan dibanding dengan kegiatan yang bersifat advokasi, kurang memiliki minat pada hal yang bersifat politis, tapi mempunyai perhatian yang besar untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah dengan selalu memelihara dukungan pada tingkat grassroots.

2. *High Level Politics: Grassroots Mobilization*

Karakteristik jenis ini cenderung hanya aktif dalam kegiatan politik dan umumnya bersifat advokatif terutama untuk mendukung peningkatan kesadaran politik di tingkat masyarakat.

3. *Empowerment at the grassroots*

Karakteristik jenis ini cenderung memusatkan perhatian pada pemberdayaan masyarakat pada tingkat grassroots, dan tidak berminat mengadakan kontak dengan pemerintah dan umumnya tidak mau terlibat dalam kegiatan berskala besar.

World Bank (1995) membagi lembaga non pemerintah (NGO) menjadi 2 (dua), yaitu:

1. NGO Operasional

Tujuan utamanya adalah perancangan dan implementasi proyek pengembangan. Kelompok ini menggerakkan sumber daya dalam bentuk keuangan, material atau tenaga relawan, untuk menjalankan proyek dan program mereka. Proses ini umumnya membutuhkan organisasi yang kompleks. NGO operasional ini masih dapat dibagi atas 3 kelompok besar:

- a. Organisasi berbasis masyarakat yaitu organisasi non pemerintah yang melayani suatu populasi khusus dalam suatu daerah geografis yang sempit
- b. Organisasi Nasional yaitu organisasi pemerintah yang beroperasi dalam sebuah negara yang sedang berkembang
- c. Organisasi Internasional yaitu organisasi pemerintah yang pada dasarnya berkantor pusat di negara maju dan menjalankan operasi di lebih dari satu negara yang sedang berkembang.

2. NGO Advokasi

Tujuan utamanya adalah mempertahankan atau memelihara suatu isu khusus dan bekerja untuk mempengaruhi kebijakan dan tindakan pemerintah untuk atau atas isu itu. Berlawanan dengan manajemen proyek operasional, organisasi ini pada dasarnya berusaha untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) dan pengetahuan dengan melakukan lobi, kegiatan pers dan kegiatan-kegiatan aktivis. NGO ini pada dasarnya bekerja melalui advokasi atau kampanye atas suatu isu dan tidak mengimplementasikan program.

D. Voluntering

Menurut Wu (2011), konsep *volunteering* berarti “memberikan layanan atas kemauan atau *free will* untuk memberikan manfaat kepada komunitas yang lebih besar oleh perseorangan, kelompok, maupun institusi tanpa perlu mengharakan keuntungan secara finansial dengan pemahaman yang penuh dan apresiasi dalam menjadi sukarelawan”.

Wu (2011) menjelaskan bahwa *volunteering* memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat ekonomi

Volunteering merupakan hal yang penting karena dapat meyakinkan pemerintah dan penyusun aturan bahwa *voluntary work* memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian. Selain itu, hal ini juga dapat mendorong orang lain untuk menjadi sukarelawan dan melakukan perubahan dengan mendemonstrasikan manfaat ekonomi dari *volunteering*, juga menginformasikan ke media dan komunitas tentang nilai sukarelawan.

2. Manfaat sosial

a. Memperkuat koneksi sosial

Kebanyakan organisasi berbasis *voluntary work* (91,7%) dari survey oleh UNV7 melakukan kolaborasi dengan organisasi-organisasi lain, pemerintah, dan sektor swasta. Banyak organisasi berbasis *voluntary* berbagi informasi kepada pemerintah lokal dan komunitas untuk mendorong layanan komunitas.

b. Membentuk komunitas yang kuat, aman, dan kompak

Program sukarelawan meningkatkan kemampuan orang-orang untuk menuju gerakan *community-based* yang sukses, mereka memiliki kemungkinan yang lebih untuk memulai usaha dari akar rumput dan memenuhi rentang kebutuhan komunitas. Orang-orang akan mendapat ikatan yang lebih kuat terhadap komunitas seperti ketergantungan, *awareness*, dan komitmen.

c. Keterlibatan dalam urusan publik

Tenaga sukarelawan menghasilkan reward untuk filantropi dan pembaharuan sipil. Jones (2006) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa ketika hubungan tumpang tindih dalam suatu komunitas, membuat seseorang sangat terintegrasi ke dalam suatu tempat, dia ditarik ke kehidupan publik dalam berbagai cara, dan keterlibatan sipil menjadi lebih mungkin dan lebih penting.

d. Pengiriman barang dan layanan publik

Organisasi berbasis *voluntary* berkontribusi pada perencanaan dan mendesain penyampaian jasa melalui advokasi yang kuat untuk memastikan jasa tersebut memenuhi kebutuhan suatu kelompok maupun perseorangan secara spesifik.

3. Manfaat untuk sukarelawan

a. Pengakuan sosial dan kepuasan diri

Menurut Wuthnow dalam Wu (2011) dipercaya bahwa dengan membantu orang lain, pemberi bantuan juga mendapatkan manfaatnya

seperti penerima bantuan. Penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan orang mempercayai bahwa membantu orang lain dapat meningkatkan kepuasan terhadap diri sendiri. Volunteering meningkatkan *self-worth* pada seseorang serta dapat memberikan perasaan bahwa dirinya dibutuhkan. Selain itu, *volunteering* juga menyediakan kesempatan untuk bereksperimen dan berlatih.

b. Pelatihan dan peningkatan karir

Sektor jasa menyediakan kesempatan untuk mengeksplorasi jalur karir yang berbeda kepada para sukarelawan, meningkatkan kemampuan yang berhubungan dengan pekerjaan, meningkatkan kemampuan kepemimpinan, dan jaringan terhadap pemimpin komunitas-komunitas.

c. Manfaat kesehatan

Menurut *Corporations of National and Communiti Service*, mereka yang memberi dukungan melalui *volunteering* merasakan manfaat kesehatan yang lebih besar daripada mereka yang menerima dukungan dari aktivitas-aktivitas tersebut.

E. Generasi Milenial (Generasi Y)

Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi milenial. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Menurut Lancaster dan Stillman (2002), Generasi Y atau milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1981-1999. Menurut Lyons

dalam Putra (2016), generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, *instant messaging* dan media sosial seperti facebook dan twitter, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming*. Lebih lanjut Lyons dalam Putra (2016) mengungkapkan ciri – ciri dari generasi Y adalah:

1. Karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya.
2. Pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya.
3. Pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi.
4. Lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan.

Menurut Lancaster dan Stillman (2002), generasi milenial memiliki kebiasaan kerja seperti berikut:

1. Memiliki rasa optimis yang tinggi
2. Fokus pada prestasi
3. Percaya diri
4. Percaya pada nilai-nilai moral dan sosial
5. Menghargai adanya keragaman

F. Hal-hal yang Memotivasi Seseorang Bergabung Menjadi Sukarelawan

1. Pengertian Motivasi Relawan

Menurut Howart (1976), relawan adalah individu yang terdorong oleh hati nurani nya sebagai sebuah bentuk kecemasan, dan menjadi seorang relawan adalah cara untuk mengurangi kecemasan tersebut. Musick dan Wilson (2008) mengartikan relawan sebagai individu yang memberikan bantuan secara cuma-cuma (gratis) dan organisasi tempat mereka bekerjapun tidak memiliki kewajiban untuk membayarnya. Slamet (dalam Setiawan, 2014) mengemukakan relawan adalah orang yang tanpa dibayar menyediakan waktunya untuk mencapai tujuan organisasi, dengan tanggung-jawab yang besar atau terbatas, tanpa atau dengan sedikit latihan khusus, tetapi dapat pula dengan latihan yang sangat intensif dalam bidang tertentu, untuk bekerja sukarela membantu tenaga professional.

Secara konkrit motivasi dapat diberi batasan sebagai proses pemberian motif (penggerak) bekerja kepada para individu sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi secara efisien (Sarwoto, 1979). Motivasi dapat didefinisikan sebagai seperangkat kekuatan energi yang berasal dari dalam tubuh individu, yang membentuk kepribadian, dan yang menentukan wujud, arah, intensitas, dan durasi dari kepribadian tersebut (Pinder, 1998).

Menurut Benson *et al.*, (dalam Setiawan, 2014) yang dikatakan sebagai Relawan:

- a. Sering aktif mencari kesempatan untuk membantu orang lain,
- b. Secara sadar menyediakan waktu yang cukup untuk menjadi sukarelawan, sejauh mana keterlibatannya dan sejauh mana kegiatan tersebut sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka.
- c. Memiliki komitmen untuk terus membantu, bisa juga selama periode yang cukup lama dan mungkin mengeluarkan biaya pribadi, energi, dan peluang

2. Teori Motivasi Relawan

Menurut Widjaja (2010) ada dua faktor utama yang memengaruhi motivasi relawan, faktor tersebut adalah:

a. Perbedaan gender

Dalam statistik secara demografi, menunjukkan bahwa mayoritas relawan terdiri dari perempuan dan mereka merupakan individu yang berpendidikan (Rokach & Wanklyn, 2009). Secara umum, wanita lebih cenderung untuk terlibat dalam kesukarelaan. Dalam beberapa penelitian mengenai perbedaan gender dalam motivasi relawan, para peneliti menemukan bahwa skor wanita lebih tinggi daripada pria.

b. Perbedaan usia

Banyak penelitian telah menunjukkan bahwa relawan tua cenderung termotivasi oleh motif altruistik. Sedangkan pada

relawan muda meskipun juga termotivasi oleh motif altruistik, faktor karir, sosial dan pemahaman lebih dominan daripada relawan tua.

Cnaan dan Goldberg-Glen (dalam Setiawan, 2014) dalam kajiannya, mengungkapkan ada 2 faktor yang memengaruhi motivasi relawan. Faktor tersebut adalah:

a. Motif *altruistic*

Perhatian terhadap kesejahteraan orang lain tanpa memperhatikan kesejahteraan diri sendiri. Motif ini memusatkan perhatian pada motivasi untuk membantu orang lain dan keinginan untuk melakukan kebaikan tanpa memperhatikan imbalan.

b. Motif *egoistic*

Bagi beberapa orang, menjadi sukarelawan membantu mereka untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang dunia dan untuk mengembangkan dan melatih keterampilan yang mungkin tidak mereka miliki sebelumnya. Mereka juga melihat pekerjaan sukarela sebagai kesempatan untuk membantu menyesuaikan diri dan bergaul dengan kelompok-kelompok sosial yang mereka rasa penting bagi mereka.

Widjaja (dalam Setiawan, 2014) juga mengungkapkan enam faktor lain yang memengaruhi motivasi relawan. Enam faktor tersebut adalah:

a. *Voluntary Action* (gerakan relawan)

Gerakan antisipasi tetapi tidak harus secara sadar, tujuannya berorientasi pada kegerakan. Konsep psikologis ini merupakan bagian dari psikologi kognitif yang berhubungan dengan kesadaran dan kemauan. Tindakan secara sukarela dipicu oleh efek dari tindakan.

b. *Limited Compensation* (kompensasi terbatas)

Tidak ada kewajiban untuk memberikan sejumlah materi sebagai imbalan jasa kepada para relawan.

c. *Longevity* (jangka panjang)

Kesukarelaan biasanya melibatkan perilaku yang terus menerus dan jangka panjang

d. *Planfulness* (terencana)

Relawan merupakan kegiatan yang direncanakan bukan aksi spontan

e. *Nonobligation* (bukan suatu kewajiban)

Relawan tidak termotivasi dan tidak memiliki kewajiban untuk membantu orang lain tetapi oleh keinginan pribadi yang melekat pada masing-masing individu untuk menolong orang lain.

f. *Organizational Context* (konteks organisasi)

Dalam melakukan kegiatan kesukarelaannya, relawan biasanya terkoordinasi pada suatu organisasi. Walaupun ada juga yang bergerak secara individu, tanpa naungan jelas sebuah

organisasi.

Menurut Skelly (dalam Setiawan, 2014) ada 5 faktor yang memengaruhi motivasi relawan. Faktor tersebut antara lain :

a. *Achievment* (prestasi)

Prestasi seseorang akan terlihat ketika mereka mencapai kinerja puncak dimana mereka terlihat sebagai pribadi yang unggul.

Orang seperti ini suka melakukan hal-hal yang menghasilkan sebuah prestasi tersendiri dan memiliki kepuasan ketika berjuang untuk tujuan mulia. Mereka ingin melakukan pekerjaan yang lebih baik dan mencari tahu cara untuk menghilangkan hambatan;

b. *Power* (kekuasaan)

Orang yang mencari kekuasaan ingin memiliki dampak, memengaruhi orang lain dengan ide-ide mereka;

c. *Affiliation* (afiliasi)

Berada disekitar orang lain penting untuk para relawan, aspek sosial merupakan hal yang menarik bagi mereka. Mereka ingin membangun persahabatan dan hal tersebut harus dihormati;

d. *Recognition* (pengakuan)

Bagi para relawan, mereka cenderung termotivasi dengan pengakuan, gengsi, dan status. Mereka suka dengan tugas tanggung jawab yang pendek dan mengakhirinya dengan baik, serta menikmati hubungan dengan masyarakat.

e. *Altruism* (altruisme)

Relawan sangat prihatin dengan pencapaian untuk kebaikan umum dan kepentingan yang menguntungkan masyarakat.

Clary *et al.*, (dalam Setiawan, 2014) mengungkapkan ada 10 faktor yang memengaruhi motivasi relawan secara langsung, faktor tersebut adalah:

- a. *Value* (nilai); dimana relawan sebagai seorang individu bertindak atas keyakinan yang dipegang teguh akan pentingnya membantu orang lain.
- b. *Recipocity* (timbang balik); dimana para relawan memiliki keyakinan bahwa apa yang terjadi di sekitarnya berawal dari lingkungan itu sendiri. Dalam proses membantu orang lain, relawan percaya bahwa berbuat baik akan membawa hal-hal yang baik pula untuk para relawan itu sendiri.
- c. *Recognition* (pengakuan); dimana individu termotivasi menjadi seorang relawan dengan cara diakui atas ketrampilan dan kontribusi mereka.
- d. *Understanding* (pemahaman); dimana para relawan belajar lebih banyak tentang dunia luar melalui pengalaman atau ketrampilan yang sering digunakan dalam kegiatan sukarelawan.
- e. *Self Esteem* (harga diri); dapat meningkatkan perasaan para relawan akan martabat dan harga dirinya.

- f. *Reactivity* (reaktifitas); dimana para relawan perlu “memulihkan” dan mengangani isu-isu masa lalu mereka.
- g. *Social* (sosial); dimana para relawan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan pengaruh normatif lain yang signifikan (misal, teman atau keluarga)
- h. *Protective* (melindungi); dimana kegiatan ini sebagai sarana untuk mengurangi perasaan negatif tentang diri mereka sendiri (misal, rasa bersalah atau mengatasi masalah pribadi)
- i. *Social Interaction* (interaksi sosial); dimana para relawan membangun relasi sosial dan menikmati aspek sosial dalam berinteraksi dengan orang lain.
- j. *Career Development* (pengembangan karir); dimana para relawan dengan memiliki kesempatan membangun relasi dengan orang dan mendapatkan pengalaman serta keterampilan dilapangan yang akhirnya mungkin bermanfaat dalam membantu mereka dalam mencari pekerjaan.

G. Motif Altruisme

Menurut Piliavin dan Charng (dalam Setiawan, 2014), ada 4 aspek dalam altruisme yaitu:

1. *Empathy* (empati)

Ekspresi terhadap perasaan iba memiliki kaitan dengan perilaku sosial yang dilakukan secara spontan.

2. *Prosocial moral reasoning* (pemikiran moral yang prososial) dibagi menjadi 6, yaitu:
 - a. Berorientasi pada diri sendiri: peduli hanya pada diri sendiri dan tidak terlalu peduli terhadap moral yang berlaku.
 - b. Berorientasi pada kebutuhan: mendahulukan kebutuhan lain meskipun kebutuhan lain tersebut bertentangan dengan kebutuhan pribadi.
 - c. Berorientasi pada stereotipe: penilaian berdasarkan pada gambaran stereotype orang tersebut baik atau buruk.
 - d. Berorientasi pada empati: prihatin dengan kemanusiaan.
 - e. Tingkatan transisi: kepedulian terhadap masyarakat luas.
 - f. Tahap internalisasi: penilaian berdasarkan nilai internal, norma, atau tanggung jawab.
3. *Self attributions of motivations to help* (termotivasi dan memiliki kemauan untuk membantu) didefinisikan menjadi 6 yaitu:
 - a. Kepatuhan dan dorongan untuk menolong orang lain. Menolong karena diminta untuk menolong atau disebabkan karena imbalan ataupun hukuman.
 - b. Motivasi untuk menolong yang sesuai dengan wewenang atau bagiannya.
 - c. Inisiatif untuk menolong yang didasarkan pada imbalan. Perilaku menolong tetap bersifat sukarela tetapi didorong oleh adanya imbalan.

- d. Perilaku normatif. Sesuai dengan tuntutan sosial dan norma-norma sosial.
- e. Hubungan timbal balik secara umum. Keyakinan bahwa kontrak sosial memotivasi perilaku tolong menolong.
- f. Perilaku altruistik. Perilaku tolong menolong ini dimotivasi untuk keuntungan bagi orang lain.

4. *Sensitivity to social norms* (peka terhadap norma sosial)

Peningkatan perilaku menolong sesama mungkin didorong oleh kepekaan yang lebih besar dengan norma-norma sosial. Cialdini dalam Setiawan (2014) mengusulkan 3 langkah proses untuk pengembangan altruisme, yaitu: pra sosialisasi (adopsi informal dari norma atau perilaku yang belum pernah dicapai oleh individu, sehingga individu tersebut akan mengalami sebuah pengalaman yang belum pernah dirasakan sebelumnya), kesadaran akan nilai-nilai perilaku seorang altruis, dan internalisasi diri terhadap norma altruistik.

Reddy (dalam Setiawan, 2014) menemukan bukti hubungan antara kepribadian dan ukuran sikap serta memberi secara sukarela atau tolong menolong. Pendekatan ini bermanfaat untuk melihat peran dari dimensi altruistik dan melihat apakah ada kaitannya dengan kepribadian.

1. Norma moral dan atribusi tanggung jawab kepada diri sendiri.

Dalam studi Oliner dan Oliner (dalam Setiawan, 2014), nilai moral nampaknya terlibat dalam altruisme. Schwartz (dalam Setiawan, 2014) mengatakan bahwa perilaku tolong menolong dipengaruhi oleh

norma-norma pribadi.

2. “Free Ridership”

Konsep “*free riding*” memiliki arti kecenderungan untuk membiarkan orang lain yang membayar biaya dari barang yang sengaja disediakan untuk publik, contoh: TV umum. Menurut Piliavin dan Charng (dalam Setiawan, 2014), secara umum, relawan dengan kecenderungan “*free rider*” yang rendah memiliki sebuah komitmen psikologis untuk memberi dan menolong lebih.

3. Kepercayaan terhadap orang

Penelitian tentang perilaku dalam dilema sosial telah menemukan perbedaan individu yang stabil dalam kesediaan untuk bekerja sama dalam mempertimbangkan hasil dari orang lain dalam membuat keputusan. Kramer dan Brewer (dalam Setiawan, 2014) menemukan kurangnya timbal balik antar individu tidak menyebabkan berkurangnya tingkat kepercayaan.

1. Pengambilan Resiko

Dalam hal ini, Piliavin dan Charng (dalam Setiawan, 2014) mengambil contoh kisah nyata seorang yang terluka demi menolong orang lain dalam tindakan kriminal yang sedang berlangsung. Wilson dan Petruska (dalam Setiawan, 2014) menemukan bahwa individu yang berorientasi pada *self esteem* (efikasi diri, penguasaan diri, martabat) lebih memiliki kemungkinan untuk mau membantu dalam keadaan darurat.

2. Gender

Austin (dalam Setiawan, 2014) menemukan bahwa pria dan wanita memiliki kemungkinan yang sama dalam hal ikut terlibat mengambil bagian dalam tingkatan resiko yang tinggi, tetapi wanita hanya akan cenderung untuk campur tangan pada tingkat resiko yang rendah. Ini dikarenakan wanita memiliki ambang batas yang lebih rendah dalam menyadari peringatan akan resiko.

3. “Bystander Effect”

Penelitian menemukan bahwa terjadinya *bystander* disebabkan oleh penyebaran tanggung jawab (artinya, ketika seorang individu percaya bahwa ada *bystander* lain yang dapat menawarkan bantuan, tekanan psikologis individu tersebut untuk menyelamatkan korban berkurang), pengaruh sosial informal (reaksi dari *bystander* lain) dan pengaruh norma sosial (keyakinan pribadi bahwa tolong menolong itu merupakan keharusan atau bukan).