

AKUN INSTAGRAM SEKOLAH RELAWAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEMBENTUKAN KEPEDULIAN SOSIAL DI KALANGAN GENERASI-Z

Edy Prihantoro¹⁾, Dwi Asih Haryanti²⁾, Noviawan Rasyid Ohorella³⁾, dan Susilowati Dyah Kusumaningtyas⁴⁾

^{1,2,3,4)} Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
 Email Address : edipri@staff.gunadarma.ac.id

Tanggal diterima: 03-02-2021

Tanggal direvisi: 17-02-2021

Tanggal disetujui: 10-8-2021

ABSTRACT

Instagram @sekolahrelawan is an account that is a place for users to share and help others. This study aims to see the influence of the media on the Instagram account @sekolahrelawan Volunteers on the level of concern among Generation-Z. This research uses quantitative research with an explanatory approach. This research was conducted by sending online questionnaires to AKMRTV Jakarta students who are followers or have seen Instagram @sekolahrelawan content. Respondents in this study were 86 people and were determined based on simple random sampling. Meanwhile, to obtain data through a questionnaire or questionnaire. The results of this study indicate that the influence of Instagram @sekolahrelawan on the level of social care among generation z. Evidenced by the value of the regression coefficient in this study is $Y = 39.261 + 0.618X$. The constant number is 39,261 and the Instagram influence variable is 0.618. Meanwhile, t count 39.261 is bigger than t table 16.63, with a significance level of 0.000 smaller than $\alpha = 0.05$. Based on the table "Model Summary", that the value of $R = 0.618$ and the coefficient of determination (Rsquare) is 0.464. This figure shows the understanding that the contribution of the @sekolah volunteer Instagram account attack variable to the Level of Social Care among Generation Z at AKMRTV Jakarta is 61.8%. The @Sekolahrelawan account has a positive influence on Generation Z social care. The information conveyed through this account provides a clear picture of social realities in society that require the care of all parties, especially Generation Z.

Keywords: Instagram, establishment, social care, influence, Generation Z.

© 2021 MetaCommunication: Journal of Communication Studies

How to cite: Prihantoro, E., Haryanti, D.A., Ohorella, N.R., & Kusumaningtyas, S.D. (2021). Akun Instagram @Sekolahrelawan dan Pengaruhnya terhadap Pembentukan Kepedulian Sosial di Kalangan Generasi-Z. *MetaCommunication: Journal of Communication Studies*, 6(2), 177-185.

ABSTRAK

Instagram @sekolahrelawan adalah akun yang menjadi wadah pengguna untuk berbagi dan menolong sesama. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh terpaan media pada akun @sekolahrelawan terhadap tingkat kepedulian di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan riset kuantitatif dengan pendekatan Eksplanasi. Penelitian ini dilakukan dengan mengirimkan kuesioner secara online kepada mahasiswa AKMRTV Jakarta yang menjadi pengikut atau pernah melihat konten Instagram @sekolahrelawan. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 86 orang dan ditentukan berdasarkan sampling random sederhana. Sedangkan untuk pengumpulan data diperoleh melalui angket atau kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Instagram @sekolahrelawan terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z. Dibuktikan dengan nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 39,261 + 0,618X$. Bilangan konstanta sebesar 39,261 dan variabel nilai pengaruh Instagram sebesar 0,618. Sementara itu t hitung 39,261 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 16.63, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan tabel "Model Summary" memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,618$ dan koefisien determinasi (Rsquare) adalah sebesar 0,464. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel Terpaan Akun Instagram @sekolahrelawan Terhadap Tingkat Kepedulian Sosial di Kalangan Generasi Z di AKMRTV Jakarta adalah sebesar 61,8%. Akun @Sekolahrelawan memberikan pengaruh positif kepada kepedulian sosial Generasi Z.

informasi – informasi yang disampaikan melalui akun ini memberikan gambaran yang jelas terhadap realitas sosial di masyarakat yang membutuhkan kepedulian semua pihak terutama para Generasi Z.

Kata Kunci: *Instagram, pembentukan, kepedulian sosial, pengaruh, Generasi Z.*

PENDAHULUAN

Internet of Things (IoT) atau Internet untuk Segala merupakan perkembangan keilmuan berbasis sensor cerdas dan peralatan pintar yang bekerjasama melalui jaringan internet. Internet dimanfaatkan untuk mencari informasi dan dapat diakses di berbagai tempat tanpa dibatasi ruang dan waktu (Junaidi, 2015).

Survei *We Are Social* (2020) mencatat 4,5 miliar pengguna internet dunia. Setidaknya ada 60 persen penduduk dunia yang menggunakan internet. Indonesia memiliki pertumbuhan jumlah pengguna internet terbesar di dunia. Jumlah pengguna internet tahun 2016 menunjukkan angka sekitar 88,1 juta jiwa. Jumlah tersebut pada awal tahun 2017 mengalami peningkatan hingga sekitar 132,7 juta jiwa. Bahkan, jumlah pengguna internet pada tahun 2020 mencapai 175,4 juta jiwa. Instagram sejak tahun 2010 hingga sekarang telah mempunyai 400 juta lebih pengguna aktif di dunia. Indonesia memiliki pengguna aktif Instagram terbanyak, yaitu 89 persen. Pengguna asal Indonesia berusia 18-34 tahun dan mengakses Instagram setidaknya seminggu sekali (Mailanto, 2016).

Popularitas Instagram sebagai saluran pemasaran diklaim melebihi kepopuleran Facebook (Rizki & Pangestuti, 2017). Instagram juga memanjakan penggunanya dengan adanya fitur komentar dan juga kemampuan menyukai sebuah foto antar

pengguna. Sistem yang diterapkan pada aplikasi Instagram adalah dengan saling mengikuti antar pengguna dan memiliki pengikut di akun mereka. Pengguna Instagram dan para pengikutnya dapat saling berkomunikasi melalui ungkapan suka (*likes*) dan komentar terhadap suatu berita atau informasi yang diunggah. Para pengikut memberikan ungkapan suka sebagai apresiasi pada foto dan membuatnya menjadi konten yang populer.

Pengguna Instagram saat ini adalah kelompok muda dari kategori kelompok generasi Z. Generasi Z merupakan orang-orang yang lahir pada kurun waktu 1995 sampai dengan 2010. Generasi Z sering juga disebut sebagai *iGeneration*, Generasi Net atau Generasi Internet. Mengapa disebut demikian, karena mereka yang lahir pada kurun waktu tersebut hidup pada masa digital. Generasi Z lahir pada kondisi ketergantungan manusia terhadap teknologi digital (Bakti & Safitri, 2017). Mereka juga mudah memanfaatkan teknologi digital, namun juga mudah terpengaruh oleh segala informasi yang disampaikan melalui media sosial, termasuk kehidupan dan kepedulian sosial disekitarnya.

Kepedulian sosial merupakan sikap dan tindakan pemberian bantuan kepada orang yang membutuhkan (Manullang, 2017). Kepedulian sosial berhubungan dengan kesadaran sosial. Akun Instagram @SekolahRelawan adalah sebuah akun yang

menyajikan banyak informasi mengenai cara berdonasi lewat internet, kabar terkini yang sedang terjadi di Indonesia maupun di luar negeri, maupun aktifitas para relawan. Sekolah Relawan merupakan lembaga sosial nonprofit yang berdiri pada tahun 2013. Lembaga sosial kemanusiaan nonprofit ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan edukasi kerelawanan sebagai wujud aksi nyata. Sampai saat ini, Sekolah Relawan sudah bekerjasama dengan 195 instansi dan sekolah serta 127 komunitas yang ada di Indonesia. Sekolah Relawan memiliki banyak kegiatan yang fokusnya dibagi menjadi tiga program utama, yaitu *Volunteer Development*, *Social and Disaster Rescue*, dan *Indonesia Community Development*.

Volunteer Development menjadi aktivitas edukasi kerelawanan dengan berbagai macam varian sesuai dengan minat dan bakat relawan yang dikemas dengan seminar, pelatihan, baik secara langsung maupun daring. Program pelatihan kerelawanan difasilitasi oleh fasilitator yang memiliki pengalaman dalam sosial kemasyarakatan dan pemberdayaan masyarakat. Metode penyampaian yang menarik akan membangkitkan partisipasi aktif para peserta pelatihan.

Social and Disaster Rescue menjadi aktifitas sosial dan kemasyarakatan kedua yang dilaksanakan sekolah relawan dan memiliki banyak program terkait isu sosial dan kebencanaan. Pelatihan relawan kebencanaan ini diharapkan membentuk jiwa kepemimpinan serta melatih relawan yang

sigap dan terampil dalam setiap situasi dan kondisi.

Program ketiga sekolah relawan adalah *Indonesian Community Development*, yaitu aktivitas pemberdayaan dengan mengembangkan potensi masyarakat yang didampingi oleh fasilitator tim pengembangan komunitas. Masyarakat memerlukan suatu usaha untuk membantu pengembangan kualitas hidup melalui optimalisasi kearifan lokal. Pemberian donasi dan pelatihan hidup diberikan agar masyarakat yang menjadi target menjadi mandiri.

Ketuk Berkah, *Yatim Bright*, *Free Food Car*, *Food Box*, Belanja Bareng Yatim dan Dhuafa, Sedekah Lawan Rentenir (SLR) adalah beberapa program yang sudah dilakukan oleh Sekolah Relawan. Tidak hanya bergerak di bidang sosial kemanusiaan, Sekolah Relawan juga memberikan edukasi kerelawanan dalam bentuk program *Disaster Leadership Training* (DLT) yang mana kegiatan ini berfokus pada pelatihan kebencanaan.

Penelitian ini didukung oleh dua penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan. Rujukan pertama adalah penelitian yang telah dilakukan Munawwaroh dan Lubis (2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan media instagram @ExploreSiak dapat mempengaruhi minat dalam hal ini untuk berkunjung dan berwisata. Hal ini sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan bahwa media sosial dapat mempengaruhi pengikutnya, termasuk siapapun yang mengikuti akun @sekolahrelawan. Penelitian

Manullang (2017) menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan jejaring sosial mempengaruhi tingkat kematangan emosi terhadap kepedulian sosial. Para pengikut @sekolahrelawan teredukasi dan terinformasi semua kegiatan yang dilakukan oleh sekolah relawan, sehingga mereka semakin yakin untuk terus berpartisipasi aktif dalam komunitas ini.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R. Hovland, dan kolega (1953) mengemukakan bahwa S-O-R disingkat “*Stimulus = Organism – Response*”. Manusia sebagai objek material yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi. Organisme melakukan perilaku khusus dengan hadirnya suatu kondisi stimulus atau rangsangan. Seseorang mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi penerima pesan atau komunikasi (Munawwaroh & Lubis, 2018).

Oleh sebab itu, pada teori ini kita dapat melihat gambaran tentang tiga elemen penting yang membantu peneliti dalam memecahkan penelitian. *Stimulus* (S) yaitu pesan yang disampaikan kepada komunikan. *Organism* (O) yaitu penerima pesan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. *Response* (R) adalah efek atau akibat perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu (Munawwaroh & Lubis, 2018).

Kaitan antara penelitian ini dengan Teori S.O.R adalah bagaimana stimulus yang diberikan oleh kiriman akun Instagram

@SekolahRelawan yang ditanggapi oleh masyarakat khususnya mahasiswa Akademi Komunikasi Media Radio dan Televisi (AKMRTV) Jakarta dalam meningkatkan rasa kepedulian terhadap sesama. Apabila stimulus atau pesan yang disampaikan oleh Sekolah Relawan membuat rasa kepedulian terhadap sesama menjadi tinggi maka diasumsikan individu telah menggunakan jalur utama (*central route*) sebagai proses penerimaan pesan atau informasi, sehingga terjadi perubahan sikap dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun, apabila mahasiswa mengambil jalur pinggiran atau periferal (*peripheral route*) dalam menilai kiriman Sekolah Relawan, maka mereka hanya terfokus pada komunikator dan keunikan kiriman yang diunggah, sehingga sikap dalam kepeduliannya akan lebih temporer.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa AKMRTV Jakarta yang masuk ke dalam kriteria generasi Z. Mereka yang dipilih, lahir setelah tahun 1995. Objek penelitian ini adalah pengaruh terpaan media pada akun Instagram @SekolahRelawan terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z.

Peneliti menggunakan data primer dari sumber data tangan pertama di lapangan dengan cara menyebarkan kuisioner yang dibuat dan dibagikan secara langsung ataupun daring kepada mahasiswa AKMRTV Jakarta

yang masuk dalam kriteria Generasi Z yang lahir setelah tahun 1995. Metode pengumpulan data melalui observasi dan penyebaran kuesioner.

Untuk mengetahui pengaruh terpaan media pada akun Instagram @SekolahRelawan terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z, maka populasi yang dipilih oleh peneliti diambil dengan pertimbangan. Peneliti mengambil populasi mahasiswa AKMRTV Jakarta yang masuk ke dalam kriteria Generasi Z yang lahir setelah tahun 1995-2010. Untuk mengetahui pengaruh isi media Instagram @SekolahRelawan terhadap tingkat kepedulian sosial. Mahasiswa AKMRTV sendiri berjumlah 624 mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Pengambilan sampel berdasarkan probabilitas. Setiap unsur populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih melalui perhitungan matematis (Sugiyono, 2010). Pada pengambilan sampel, peneliti menggunakan ukuran dari rumus *Slovin* dengan batas kesalahan yang ditolerir sebanyak 10 persen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Statistik

Sekolah Relawan memilih Instagram untuk menyebarkan berbagai informasi terkait dengan kegiatan yang dilakukan setiap harinya. Akun @SekolahRelawan memiliki 153 ribu pengikut. Akun tersebut juga sudah memperoleh verifikasi dari Instagram

(*verified*) atau sudah mendapatkan centang biru. Hal ini membuktikan bahwa akun @SekolahRelawan sudah dinyatakan menjadi akun resmi oleh pihak Instagram. Konten-konten yang dikirim oleh akun @SekolahRelawan juga didesain dengan semenarik mungkin agar pesan yang akan disampaikan tersalurkan secara baik kepada para penggunanya.



Gambar.1. Instagram Sekolah Relawan
Sumber : Instagram Sekolah Relawan

Peneliti melakukan perhitungan antara korelasi skor butir pernyataan dengan skor totalnya untuk sampel $n = 30$ responden, menggunakan pengolahan data program Microsoft Excel 2013. Hasil nilai-nilai korelasi tersebut dibandingkan dengan patokan yang sudah ditetapkan untuk menyatakan kevalidan dari suatu pernyataan. Jika $p > 0,361$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan apabila $p < 0,361$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Korelasi Pearson pada semua item pertanyaan dapat dinyatakan valid karena nilainya lebih besar ($>$) dari r tabel. Maka dari itu, semua item pertanyaan dapat digunakan untuk semua sampel.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel X Pengaruh Terpaan Instagram @SekolahRelawan

Item Pertanyaan	r Tabel >0,361	Korelasi (pearson)	Keterangan
X1	0,361	0,683	Valid
X2	0,361	0,629	Valid
X3	0,361	0,825	Valid
X4	0,361	0,553	Valid
X5	0,361	0,755	Valid
X6	0,361	0,855	Valid
X7	0,361	0,800	Valid
X8	0,361	0,806	Valid
X9	0,361	0,770	Valid
X10	0,361	0,511	Valid
X11	0,361	0,580	Valid
X12	0,361	0,645	Valid
X13	0,361	0,489	Valid
X14	0,361	0,706	Valid
X15	0,361	0,708	Valid
X16	0,361	0,682	Valid
X17	0,361	0,717	Valid
X18	0,361	0,769	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Y Tingkat Kepedulian Sosial Generasi Z

Item Pertanyaan	r Tabel >0,361	Korelasi (pearson)	Keterangan
Y1	0,361	0,809	Valid
Y2	0,361	0,724	Valid
Y3	0,361	0,805	Valid
Y4	0,361	0,672	Valid
Y5	0,361	0,818	Valid
Y6	0,361	0,835	Valid
Y7	0,361	0,836	Valid
Y8	0,361	0,776	Valid
Y9	0,361	0,872	Valid
Y10	0,361	0,840	Valid
Y11	0,361	0,844	Valid
Y12	0,361	0,724	Valid
Y13	0,361	0,852	Valid
Y14	0,361	0,764	Valid
Y15	0,361	0,806	Valid
Y16	0,361	0,773	Valid
Y17	0,361	0,839	Valid
Y18	0,361	0,793	Valid
Y19	0,361	0,856	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini menggunakan program Microsoft Excel 2013 dengan menghitung variansi seluruh pernyataan hingga total skor

dari pernyataan dengan fungsi “VAR”. Hasil variansi tersebut dihitung menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan hasil yang didapatkan sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Kuesioner	<i>Alpha Cronbach (a)</i>	Keterangan
Pengaruh Terpaan Media pada Akun Instagram @SekolahRelawan Terhadap Tingkat Kepedulian Sosial di Kalangan Generasi-Z	0,966	Kuat

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas, besarnya nilai *Alpha Cronbach* dari kuesioner adalah 0,965. Nilai ini termasuk ke dalam interval korelasi 0,800-0,999, sehingga dapat dinyatakan ke dalam kategori reliabilitas “Kuat”. Untuk mengetahui pengaruh terpaan media akun instagram @sekolahrelawan terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z di AKMRTV Jakarta, yang merupakan variabel terikat dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana.

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,681 ^a	,464	,458	9.479

a. Predictors: (Constant), total x

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Angka *R square* disebut juga sebagai koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien determinasi adalah 0,681 atau sama dengan 68,1 persen. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 68,1 persen pengaruh terpaan media akun Instagram @sekolahrelawan mempengaruhi tingkat kepedulian sosial di

kalangan generasi Z di AKMRTV Jakarta, sementara sisanya sebesar 31,9 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Koefisien Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	39,261	4,852		8,091	,000
total x	,618	,072	,681	8,532	,000

a. Dependent Variable: total y

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Tabel di atas menunjukkan hasil koefisien regresi. Bagian ini menggunakan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis signifikan koefisien regresi.

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 39,261 + 0,618$$

X = Pengaruh terpaan media akun Instagram @sekolahrelawan
 Y = Terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z

Nilai 39,261 merupakan nilai konstanta (a) yang menunjukkan bahwa ada kenaikan terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z di AKMRTV Jakarta mencapai 39,261. Sedangkan nilai 0,618 X adalah nilai konstanta (b) yang merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan 1 nilai/angka untuk hasil tingkat kepedulian sosial maka angka pada kenaikan tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z sebesar 0,618. Angka 0,618 pada *Standardize Coefficients (Beta)* menunjukkan tingkat korelasi antara pengaruh terpaan media akun @sekolahrelawan terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z di AKMRTV Jakarta.

Berdasarkan perhitungan yang penulis lakukan melalui Microsoft Excel 2013, ditemukan bahwa *mean* dari tiap-tiap indikator X yaitu frekuensi penggunaan sebesar 33,5 persen dan informasi sebesar 39,8 persen yang berarti bahwa indikator yang paling berpengaruh pada variabel X adalah informasi. Mean pada indikator variabel Y yaitu melalui aspek kognitif sebesar 42 persen, aspek afektif sebesar 41,9 persen, dan aspek konatif sebesar 41,8 persen yang berarti bahwa indikator yang paling mempengaruhi dalam variabel tingkat kepedulian sosial adalah melalui aspek kognitifnya.

Pembahasan

Hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan penelitian sebelumnya (Munawwaroh & Lubis, 2018; Manullang, 2017). Kedua jurnal ini memiliki persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan karena sama-sama membahas terpaan media Instagram yang dapat mempengaruhi keputusan para pengikutnya. Akun @sekolahrelawan memiliki pengaruh cukup besar dan kuat dalam membagikan suatu informasi mengenai kerelawanan kepada komunikan, yaitu mahasiswa AKMRTV Jakarta.

Hal ini memiliki persamaan kepada dua jurnal terdahulu yang juga memiliki pengaruh positif atau besar kepada keputusan para pengikutnya. Artinya, Instagram merupakan platform yang digunakan oleh para remaja untuk membuat, membagikan, dan menerima suatu pesan, pendapat, atau sikap, dalam bentuk konten yang kreatif sehingga dapat membuat pengaruh terhadap komunikan atau

orang yang melihat pesan tersebut. Semakin sering Generasi Z mendapatkan informasi dari akun Instagram @sekolahrelawan, dengan durasi yang lama, maka semakin kuat kepedulian sosial mereka terhadap masyarakat sekitar mereka. Kepedulian sosial Generasi Z di AKMRTV Jakarta tercermin dalam pengabdian masyarakat, penggalangan donasi terhadap bencana alam, dan empati terhadap teman-teman mereka yang terdampak pandemi.

Teori S-O-R menunjukkan bahwa *Stimulus* adalah pesan, *Organism* adalah komunikasi, dan *Response* adalah efek dari rangsangan yang terjadi. Rangsangan atau stimulus yang dimaksud disini adalah pesan atau opini yang disampaikan oleh akun Instagram @sekolahrelawan. Komunikasi dalam penelitian ini adalah pengikut Generasi Z yang ada di AKMRTV Jakarta. Sedangkan, efek atau responnya adalah tingkat kepedulian sosial.

Akun @sekolahrelawan berhasil menyebarkan informasi mengenai kerelawanan kepada mahasiswa AKMRTV Jakarta dengan sangat baik. Mahasiswa sebagai komunikasi dapat menerima pesan tersebut dengan baik dan muncul adanya rasa empati atau kepedulian sosial yang tinggi. Konten atau informasi yang diberikan oleh akun @sekolahrelawan dikemas secara kreatif, informatif, dan semenarik mungkin sehingga mampu menarik perhatian pengikutnya, juga mempengaruhi pengguna Instagram lainnya untuk dapat melihat dan mengikuti akun ini. Informasi yang lengkap

dan meyakinkan masyarakat akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk ikut serta dalam kegiatan sosial di Indonesia. Masih luasnya kesenjangan sosial dan bencana di Indonesia sangat membutuhkan partisipasi masyarakat Indonesia terutama bagi Generasi Z yang sangat aktif menggunakan media sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang cukup besar pada terpaan media akun Instagram @sekolahrelawan terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z. Akun tersebut menyebarkan informasi terkait dengan kegiatan Sekolah Relawan yang dikemas secara menarik dari segi visual dan dapat diterima oleh komunikasi. Pesan yang disampaikan melalui akunnya juga sangat mudah dipahami oleh semua kalangan usia.

Pengaruh terpaan media yang diberikan oleh @sekolahrelawan memunculkan rasa kepedulian sosial para pengikutnya dan membuat mereka tergerak untuk membantu atau menolong sesama. Para pengikut akun ini selalu mengikuti aktivitas @sekolahrelawan dalam Instagram miliknya dan juga menggunakan fitur yang tersedia di Instagram sebagai bentuk umpan balik kepada kontennya. Konten yang menarik diharapkan tidak hanya menarik bagi pengikut saja, melainkan juga bagi masyarakat luas. Melalui akun ini, diharapkan semakin banyak Generasi Z yang memiliki kepedulian sosial terhadap lingkungan dan masyarakat secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, C.P., & Safitri, N.E. (2017). Peran Bimbingan dan Konseling untuk Menghadapi Generasi Z dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling Perkembangan. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 3(1).
- Hovland, C., Janis, I., & Kelley, H. (1953). *Communication and Persuasion*. New Haven, GT: Yale University Press.
- Junaidi, A. (2015). Internet of Things, Sejarah, Teknologi dan Penerapannya. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 1(3).
- Mailanto, A. (2016, Januari). Pengguna Instagram di Indonesia Terbanyak, Mencapai 89%. Diambil dari *Okezone*: <https://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>
- Manullang, K.K.B. (2017). Pengaruh Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial dan Kematangan Emosi terhadap Kepedulian Sosial. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(4).
- Munawwaroh, P.R., & Lubis, E.E. (2018). Pengaruh Terpaan Media pada Akun Instagram @Exploresiak terhadap Minat Kunjungan Wisata ee Siak Sri Indrapura. *Disertasi*, Universitas Riau.
- Rizki, M. A., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung: Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 157-164.
- Sugiyono, S. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- We Are Social. (2020). Halaman Situs wearesocial.com. Diambil dari *We Are Social*: <https://wearesocial.com/>.