
CIVIC ENGAGEMENT PADA GENERASI Z DI INDONESIA

Lania Nur Azizah^{1a}, Liliyana Sari²

^{1,2}Departemen Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas Padang

^alaniazizh@gmail.com

Abstract

The COVID-19 pandemic has caused changes in the way individuals engage in the society. This activity change is inseparable from Generation Z's role as the largest population of productive age in Indonesia. This study aimed to describe civic engagement in Generation Z in Indonesia. A total of 104 research subjects were recruited using a purposive sampling technique in which the criteria was Generation Z aged 15–25 years and able to use the internet. Data were collected by using the Civic Engagement Scale from Doolittle & Faul (2013) ($\alpha=.902$), adapted to Indonesian, equipped with 11 open-ended questions to explore preferred types of activities, factors influencing the activities, and motivation of civic engagement from the subjects. The results of the data analysis show that 85% of the subjects have a high level of civic engagement which is highly motivated by wanting to help and benefit others. In addition, Generation Z prefers civic engagement activities in person (offline) rather than online. The present study indicates that Generation Z has a high interest and willingness to participate in civic engagement, in which support from the environment plays an important role in this engagement.

Keywords: Civic engagement, Z Generation, Indonesia

Abstrak

Pandemi COVID-19 menyebabkan terjadinya perubahan aktivitas individu dalam menunjukkan keterlibatan di masyarakat (*civic engagement*). Perubahan aktivitas ini tidak terlepas dari peran generasi Z sebagai populasi usia produktif terbesar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *civic engagement* pada generasi Z di Indonesia. Sejumlah 104 subjek penelitian direkrut dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu Generasi Z berusia 15–25 tahun dan mampu menggunakan internet. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *Civic Engagement Scale* dari Doolittle dan Faul (2013) ($\alpha=.902$) yang telah diadaptasi ke bahasa Indonesia, dilengkapi dengan 11 pertanyaan terbuka untuk menggali bentuk-bentuk kegiatan yang disukai, faktor-faktor yang mempengaruhi, dan motivasi *civic engagement* pada subjek penelitian. Hasil analisis data menunjukkan bahwa 85% subjek memiliki tingkat *civic engagement* yang tinggi dimana motivasi terbesar adalah ingin menolong dan bermanfaat bagi sesama. Selain itu, Generasi Z ternyata lebih menyukai kegiatan *civic engagement* secara langsung (luring) dibandingkan daring. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Generasi Z memiliki ketertarikan dan keinginan yang tinggi terhadap *civic engagement* dimana dukungan dari lingkungan berperan penting terhadap keterlibatan tersebut.

Kata Kunci: Civic engagement, generasi Z, Indonesia

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan perubahan pada berbagai aktivitas sosial di masyarakat. Salah satunya adalah keterlibatan sebagai masyarakat di mana saat ini

masyarakat lebih memanfaatkan teknologi digital dalam berpartisipasi di kegiatan sosial, seperti berdonasi. Dilansir dari penelitian Kopernik (2020) bersama Gopay terkait gambaran ekosistem donasi digital di Indonesia, perolehan donasi online meningkat

hingga 72% dari sebelumnya. Donasi online yang merupakan salah satu hasil dari inovasi dan pemanfaatan teknologi, ternyata menjadi cara untuk Gen Z dalam memperlihatkan keterlibatan warga negara (*civic engagement*). Hal ini dibuktikan dengan 60% donatur Dompot Dhuafa diduduki oleh kalangan Gen Z (Hidayatullah, dkk, 2022).

Civic engagement (keterlibatan masyarakat) didefinisikan sebagai tindakan individu dan kolektif yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial agar dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara umum (Ballard, 2019; Doolittle & Faul, 2013). Kegiatan yang dimaksud dalam keterlibatan masyarakat terdiri dari berbagai bentuk, termasuk menjadi sukarelawan, menyumbang atau penggalangan dana, berpartisipasi dalam organisasi sosial, mengikuti kegiatan politik (misalnya pemungutan suara), berkampanye atau menandatangani petisi, menghadiri protes, dan lain-lain.

Menurut hasil Sensus Penduduk Tahun 2021 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik, sekitar 27.94% penduduk Indonesia berasal dari generasi kelahiran 1997-2012, atau dikenal juga dengan sebutan Generasi Z. Generasi Z menempati urutan tertinggi populasi usia produktif. Gen Z di Indonesia memiliki beberapa karakteristik antara lain paham teknologi dan bertanggung jawab secara sosial (Dwidienawati dkk,

2018). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Dwidienawati dkk (2018) pada 89 sampel Gen Z di Indonesia, menunjukkan bahwa Gen Z di Indonesia bersedia berdonasi uang dan waktu untuk kegiatan amal. Blackbaud (2018) juga menyebutkan secara umum Generasi Z menonjol dalam segi prioritas dan cara berdonasi dibandingkan generasi sebelumnya, serta Generasi Z bersifat lebih spontan dalam kebiasaan berdonasi. Dengan demikian, Gen Z menunjukkan tanggung jawab secara sosial dan peduli terhadap sesama.

Mayoritas Generasi Z berada dalam usia remaja dan sedang menjalani periode kehidupan yang kritis karena individu mulai mengembangkan identitas pribadi dan menentukan peran mereka dalam masyarakat (Crocetti dkk, 2012). Salah satu aspek penting dari pembentukan identitas selama periode ini adalah mempertimbangkan peran sebagai warga negara dalam komunitas yang lebih luas (Barrett & Pachi, 2019). Keterlibatan dalam masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan individu dan komunitas (Ballard, 2019), menjadi landasan masyarakat sipil yang terlibat di masa depan (Metzger dkk, 2018), dan mendorong pembangunan berkelanjutan.

Beberapa penelitian terdahulu belum ada yang menggambarkan *civic engagement* generasi Z secara keseluruhan. Kebanyakan penelitian hanya menggunakan satu bentuk

civic engagement sebagai tolak ukur sehingga sulit untuk menyimpulkan *civic engagement* yang dimiliki oleh generasi Z.

Berdasarkan fenomena perubahan bentuk *civic engagement* dari cara yang konvensional hingga mengikuti perkembangan teknologi, dan belum adanya penelitian yang menggambarkan *civic engagement* pada Generasi Z, peneliti menemukan urgensi untuk melakukan penelitian yang menggambarkan *civic engagement* yang dimiliki oleh generasi Z di Indonesia. Peneliti akan berfokus pada Generasi Z sebagai sampel penelitian mengingat Generasi Z di Indonesia menduduki populasi dengan usia produktif terbanyak, sehingga keterlibatan generasi ini sebagai warga negara tentunya akan sangat berpengaruh bagi masa depan Indonesia. Hasil penelitian akan bermanfaat bagi berbagai pihak (sekolah, instansi pemerintah, LSM) untuk merancang program yang dapat mendorong peningkatan keterlibatan *civic engagement* pada generasi muda di Indonesia.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar dengan *google form*. Skala dalam penelitian ini menggunakan skor mulai dari 1 (sangat tidak

setuju) hingga 7 (sangat setuju). Skor total subjek merupakan jumlah skor dari seluruh item. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan menjabarkan hasil dari jawaban responden terhadap pertanyaan terbuka. Penelitian ini juga mengumpulkan data demografis dari responden, seperti usia, jenis kelamin, asal daerah, status, pemasukan per bulan, dan media sosial yang digunakan

Partisipan Penelitian

Sampel pada penelitian ini adalah 104 Generasi Z di Indonesia yang direkrut dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu. Kriteria sampel pada penelitian ini, yaitu: (1) Generasi Z berusia 15-25 tahun; dan (2) Mampu menggunakan internet.

Instrumen

Variabel *civic engagement* diukur menggunakan skala *Civic Engagement Scale (CES)* dari Doolittle dan Faul (2013) yang telah diadaptasi ke bahasa Indonesia. Skala ini terdiri dari dua aspek, yaitu Faktor Sikap (8 item) dan Faktor Perilaku (6 item). Salah satu contoh item faktor sikap adalah: “*Saya percaya bahwa menjadi sukarelawan adalah hal yang penting*”, sedangkan satu contoh item faktor perilaku yaitu, “*Saya membantu anggota komunitas saya*”. Skala ini menggunakan sistem Likert dengan 7 rentang

jawaban untuk mengindikasikan kesesuaian terhadap partisipan. Untuk Faktor Sikap, rentang jawaban dimulai dari Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (7), sedangkan rentang jawaban untuk Faktor Perilaku dimulai dari Tidak Pernah (1) hingga Selalu (7).

Peneliti melakukan proses adaptasi (Beaton et al., 2000) dengan menerjemahkan skala asli ke dalam bahasa Indonesia dan kemudian dianalisis oleh *expert judgement*. Peneliti juga melakukan uji keterbacaan dan uji coba pada 30 orang sampel di luar sampel penelitian. Skala ini menunjukkan *Alpha Cronbach* sebesar 0.902 dan daya beda item > 0.25.

Pengumpulan data juga dilakukan dengan menggunakan pertanyaan terbuka untuk mendapat informasi lebih lanjut mengenai *civic engagement*, seperti bentuk-bentuk kegiatan, motivasi melakukan *civic engagement*, dan faktor-faktor yang mempengaruhi *civic engagement*. Salah satu contoh pertanyaan terbuka adalah: *Apa yang membuat Anda merasa perlu untuk melakukan keterlibatan dalam masyarakat?*

Teknik Analisis Data

Data kuantitatif dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan dua kategorisasi setelah melakukan uji normalitas. Data pertanyaan terbuka dianalisis dengan mengelompokkan jawaban-jawaban responden agar mendapatkan gambaran

mengenai fenomena *civic engagement* pada sampel.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

Dari 104 subjek penelitian yang memenuhi kriteria, berikut ini adalah gambaran demografis dari subjek tersebut. Berdasarkan Tabel 1, subjek pada penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 78 orang (75%), dan laki-laki sebanyak 26 orang (25%). Mayoritas subjek berada dalam rentang usia 18-20 tahun.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Subjek

Demografis	Frekuensi	Persentase (%)
<i>Jenis Kelamin</i>		
Laki-laki	26	25%
Perempuan	78	75%
<i>Usia (tahun)</i>		
< 18	19	18.27%
18 – 20	72	69.23%
> 20	13	12.50%
Jumlah	104	100%

Terlihat pada Tabel 2, sekitar 89 orang dari 104 orang responden memiliki tingkat *civic engagement* yang tinggi (85.60%), sedangkan sisanya berada pada kategori rendah. Dengan demikian, Generasi Z pada penelitian ini memiliki *civic engagement* yang tinggi.

Tabel 2. Kategorisasi Civic Engagement Generasi Z

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 56$	15	14.40%
Tinggi	$X \geq 56$	89	85.60%
Jumlah		104	100%

Bentuk-Bentuk Civic Engagement Gen Z

Berdasarkan Tabel 3, sekitar 44.23% subjek memilih mengikuti kegiatan *civic engagement* yang bersifat formal dan berkelompok. Responden tertarik mengikuti kegiatan formal dan berkelompok disebabkan oleh rasa kebersamaan yang tercipta, dapat menambah relasi, senang bersosialisasi, dan kegiatannya lebih terstruktur.

Tabel 3. Bentuk Kegiatan Formal atau Informal

Bentuk Kegiatan	Frekuensi	Persentase
Formal dan berkelompok	46	44.23%
Informal dan pribadi	45	43.27%
Keduanya	13	12.50%
Jumlah	104	100%

Namun, 45 responden (43.27%) memilih kegiatan *civic engagement* bersifat informal dan pribadi. Responden memilih tipe kegiatan ini karena kegiatan ini biasanya lebih bersifat fleksibel, lebih nyaman karena dilakukan secara individual, dan privasi lebih terjaga.

Berdasarkan Tabel 4, sebanyak 70 responden (67.3%) memilih kegiatan *civic*

engagement secara luring atau langsung. Alasan yang dikemukakan oleh responden adalah karena interaksi langsung dapat memberikan kesan lebih mendalam, dapat menjalin relasi lebih intim, serta kegiatan dapat lebih terkontrol dan efektif. Sementara itu, 10 responden lainnya memilih melakukan kegiatan secara daring atau melalui internet dikarenakan tipe kegiatan ini lebih bersifat fleksibel dan mudah dilakukan.

Tabel 4. Bentuk Kegiatan Luring atau Daring

Bentuk Kegiatan	Frekuensi	Persentase
Luring	70	67.30%
Daring	10	9.62%
Keduanya	24	23.08%
Jumlah	104	100%

Tabel 5 menunjukkan bahwa terdapat beberapa bentuk kegiatan *civic engagement* yang pernah dilakukan oleh GGenerasi Z. Pada pertanyaan ini, responden dapat menyebutkan lebih dari satu jenis kegiatan yang pernah dilakukan. Dari data yang terkumpul, 64 responden pernah melakukan kegiatan berdonasi, seperti penggalangan dana untuk korban bencana, membantu orang yang membutuhkan, hingga membantu hewan terlantar. Hasil ini diikuti oleh keterlibatan sebagai anggota komunitas sosial, serta melakukan edukasi, penyuluhan, dan kampanye tentang isu-isu sosial. Bentuk edukasi dan kampanye yang dilakukan berupa

kampanye *black woman matters*, edukasi kesehatan mental, serta isu-isu sosial lainnya.

Tabel 5. Bentuk-Bentuk Civic Engagement

No	Bentuk Kegiatan	Frekuensi
1	Donasi	64
2	Menjadi anggota komunitas sosial	60
3	Melakukan edukasi, penyuluhan, dan kampanye isu sosial	49
4	Terlibat aktivitas politik	35
5	Menjadi sukarelawan/volunteer	32

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Civic Engagement Generasi Z

Penelitian ini juga menggali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keterlibatan Generasi Z dalam *civic engagement*, yaitu faktor dukungan dari lingkungan dan kendala-kendala yang menghambat. Berdasarkan Tabel 6, mayoritas responden mendapatkan dukungan dari orang tua, teman, dan lingkungan sekitar untuk berpartisipasi dalam kegiatan *civic engagement*, sedangkan 15 responden mengaku tidak terlalu atau bahkan tidak mendapat dukungan dari lingkungannya.

Tabel 6. Dukungan Lingkungan

No	Dukungan Lingkungan	Frekuensi
1	Mendukung	89
2	Tidak Mendukung	15

Tabel 7 menggambarkan beberapa kendala yang dialami oleh responden untuk terlibat dalam kegiatan *civic engagement*. Pada pertanyaan ini, responden diperbolehkan untuk menyebutkan lebih dari satu kendala. Responden pada umumnya mengalami kendala finansial, yang diikuti oleh faktor motivasi, minat, dan konsistensi, kesulitan waktu, serta terbatasnya sarana dan prasarana. Akan tetapi, beberapa responden juga mengaku tidak memiliki kendala apapun saat melakukan kegiatan tersebut.

Tabel 7. Kendala Civic Engagement

No	Kendala	Frekuensi
1	Finansial	25
2	Motivasi, minat, dan konsistensi	16
3	Kesulitan waktu	12
4	Terbatasnya sarana dan prasarana	8

Motivasi Generasi Z Melakukan Civic Engagement

Penelitian ini juga mengumpulkan data tentang motivasi Generasi Z untuk melakukan kegiatan *civic engagement*. Mayoritas responden memiliki motivasi berupa rasa empati, sehingga ingin membantu dan berbagi dengan sesama. Responden juga merasa memiliki tanggung jawab dan kemanusiaan yang tinggi, sehingga mendorong untuk berkontribusi dalam masyarakat.

Selain itu, beberapa motivasi lain yaitu keinginan untuk menambah pengalaman dan relasi, kewajiban sebagai pemeluk agama tertentu, dorongan dari lingkungan dan pekerjaan, menambah wawasan khususnya pada isu sosial, melatih *soft skills*, serta termotivasi karena perasaan positif yang didapat setelah melakukan kegiatan *civic engagement*.

Intensi Generasi Z Melakukan Civic Engagement

Penelitian ini ingin mengungkap intensi Generasi Z dalam melakukan *civic engagement* di masa depan. Distribusi jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 8. Mayoritas responden (74.03%) memiliki niat untuk melakukan kegiatan *civic engagement*. Jawaban tersebut dipilih oleh responden karena menikmati kegiatan dan ingin terus bermanfaat bagi orang lain. Sementara itu, 15 responden menjawab tidak berniat, dan 12 orang lainnya ragu-ragu. Menurut responden, masih banyak hal lain yang bersifat lebih prioritas, serta terbatasnya waktu luang yang tersedia untuk terus mengikuti kegiatan.

Tabel 8. Intensi Melakukan Civic Engagement

No	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	Berniat	77	74.03%
2	Tidak berniat	15	14.43%
3	Ragu-ragu	12	11.54%
	Jumlah	104	100%

Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran keterlibatan generasi Z dalam perilaku *civic engagement*. Populasi dari penelitian adalah gen Z berusia 15-25 yang mampu menggunakan internet, dan jumlah sampel adalah 104 orang. Dari keseluruhan data, mayoritas partisipan memiliki tingkat *civic engagement* yang tinggi (85,6%). Hal ini menunjukkan tingginya keterlibatan gen Z dalam kepedulian untuk membantu dan memajukan masyarakat dan komunitasnya. Selain gambaran tingkat *civic engagement*, penelitian ini juga berupaya untuk memberikan gambaran *civic engagement* generasi Z secara keseluruhan.

Berdasarkan data, frekuensi terbesar keterlibatan generasi Z dalam *civic engagement* adalah pada kegiatan donasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayatullah et al. (2022) yang menemukan bahwa 60% donatur Dompot Dhuafa diduduki oleh kalangan Generasi Z. Berbagai media dan aplikasi juga membantu keterlibatan generasi Z dalam melakukan kegiatan-kegiatan sosial seperti donasi. Seperti yang disebutkan oleh McKinsey (2018), salah satu komponen pembangun generasi Z adalah generasi ini sebagai "*the communaholic*" yang merujuk pada ketertarikan besar generasi ini untuk terlibat dalam berbagai komunitas dengan memanfaatkan teknologi dan kemajuan yang ada. Hal ini sejalan dengan data yang

didapatkan karena kegiatan donasi merupakan kegiatan yang dengan mudah dapat dijumpai dengan berbagai organisasi dan komunitas untuk membantu masyarakat secara luas dan lebih efisien.

Namun, tidak semua responden menanggapi dengan cara yang dikatakan tipikal dengan perilaku generasi Z. Dilihat dari data yang dikumpulkan, lebih dari setengah responden memilih untuk melakukan kegiatan-kegiatan tersebut dalam bentuk luring. Hal ini dikarenakan esensi beberapa kegiatan seperti pengabdian masyarakat, edukasi, atau *volunteer* akan dirasakan lebih mendalam jika dilakukan secara langsung/luring daripada daring. Respon sampel penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *civic engagement* lebih menunjukkan nilai moral dan membekas sebagai pengalaman berharga ketika interaksi dalam kegiatan-kegiatan tersebut dapat dirasakan secara langsung.

Selain itu, mayoritas responden melakukan *civic engagement* berbentuk formal seperti menjadi *volunteer* atau tergabung dalam organisasi tertentu. Alasan dari respon ini hampir menyerupai dengan alasan generasi Z terlibat dalam *civic engagement* secara luring, yaitu agar mendapat pengalaman secara langsung, interaksinya terasa lebih nyata, dan wawasan yang didapat lebih realistis. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa banyak generasi Z tergabung dalam kelompok dan organisasi untuk pengembangan identitas

mereka dan terlibat dalam aktivitas yang mempromosikan identitas kelompok (Camera, 2022; Kelly, 2023)

Selanjutnya, penelitian ini juga menunjukkan bahwa hampir 98% responden mendapat perasaan positif setelah terlibat dalam kegiatan-kegiatan *civic engagement*. Seperti yang dikemukakan oleh Pancer (2015) dalam sistem *civic engagement* yang diperkenalkannya, *civic engagement* dapat meningkatkan *self-esteem*, perkembangan identitas, serta perkembangan keahlian pada individu, di mana semua ini sejalan dengan respon partisipan.

Sementara itu, manfaat utama yang dirasakan responden terkait *civic engagement* adalah mendapatkan relasi baru. Hal ini sejalan dengan pendapat McKinsey (2018) yang menjelaskan bahwa Generasi Z suka berinteraksi sosial dengan individu atau kelompok lain. Dengan demikian, perilaku *civic engagement* memfasilitasi keinginan untuk berafiliasi ini.

Berdasarkan hasil analisis, motivasi paling tinggi pada generasi Z untuk melakukan kegiatan *civic engagement* adalah keinginan untuk membantu dan berbagi kepada sesama manusia. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z memiliki tingkat kepedulian sosial yang tinggi. Menurut Agnew (dalam Kabiri, 2022) kepedulian sosial diartikan sebagai perilaku individu ketika memiliki tingkat kepedulian

lebih tinggi kepada orang lain daripada dirinya sendiri, sehingga walaupun individu merasa dirinya merasa belum tercukupi, mereka tetap memberikan bantuan atau melakukan suatu hal untuk orang lain. Menurut Agnew, alasan seseorang memiliki kepedulian sosial yaitu: (1) peduli terhadap kesejahteraan orang lain, (2) keinginan menjalin kedekatan dengan orang lain, (3) pengetahuan moral yang alami, (4) menyesuaikan diri dengan pandangan orang lain dan norma yang berlaku. Salah satu dari keempat elemen tersebut adalah adanya motivasi seseorang dalam menjalin kedekatan dengan orang lain (relasi). Penjelasan ini berkaitan dengan alasan generasi Z tertarik untuk melakukan kegiatan *civic engagement*, yakni menjalin kebersamaan atau relasi. Sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee et al. (2007) yang menyatakan perasaan tanggung jawab sosial, empati, dan kesadaran sosial menjadi kunci utama seseorang melakukan *volunteering* dan donor.

Serta, mayoritas generasi Z merasa mendapatkan dukungan dari lingkungannya untuk melakukan kegiatan *civic engagement*. Menurut Fong (2022), dukungan sosial merupakan aktivitas mengekspresikan kepedulian dari lingkungan sekitar individu terhadap kebutuhan sumber daya individu baik dalam bentuk material atau psikologis sehingga mengurangi stress dan kebutuhan-kebutuhan dalam memenuhi tujuan sosial. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian bahwa

mayoritas generasi Z mendapatkan dukungan untuk melakukan kegiatan *civic engagement*.

Akan tetapi, terdapat berbagai kendala yang harus dihadapi generasi Z dalam melaksanakan kegiatan *civic engagement*. Finansial menjadi masalah paling utama yang harus dihadapi oleh generasi Z karena umumnya generasi ini masih belum memiliki penghasilan yang tetap secara mandiri. Oleh karena itu, masalah finansial menjadi salah satu hambatan bagi generasi Z untuk menyediakan dana khusus yang dapat digunakan untuk kegiatan *civic engagement*.

Berdasarkan intensi untuk terlibat dalam aktivitas *civic engagement*, mayoritas responden tertarik dan memiliki keinginan untuk melakukan kegiatan *civic engagement* di masa depan. Berdasarkan data penelitian, jenis *civic engagement* yang paling mendominasi adalah berdonasi, sehingga kegiatan berdonasi adalah salah satu kegiatan yang memiliki peluang yang besar untuk dilakukan secara berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan pendapat Choi (2018) dimana seseorang yang pernah melakukan donasi akan mengaitkannya dengan dampak positif pada hidupnya, sehingga hal tersebut mempengaruhinya untuk terus berdonasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Z pada penelitian ini memiliki

tingkat *civic engagement* yang tinggi. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa generasi Z di Indonesia lebih memilih bentuk kegiatan secara formal, berkelompok, dan langsung (*luring*). Dalam melakukan kegiatan *civic engagement*, mayoritas generasi Z mendapat dukungan dari lingkungannya meskipun menghadapi kendala finansial dan waktu luang. Namun demikian, generasi Z di Indonesia memiliki motivasi yang tinggi dan intensi yang kuat untuk terus melakukan kegiatan *civic engagement* di masa depan.

Saran

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat melibatkan lebih banyak sampel dari berbagai provinsi, serta menggali variabel-variabel yang dapat meningkatkan *civic engagement* pada generasi Z. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi landasan bagi berbagai pihak (sekolah, pemerintah, organisasi masyarakat) dalam merancang program-program atau menentukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan *civic engagement* generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Barrett, M., & Pachi, D. (2019). Social and demographic factors linked to youth civic and political engagement. In *Youth Civic and Political Engagement*. Taylor & Francis.
- Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Spine*, 25(24), 3186-3191.
- Blackbaud. (2018). The Blackbaud index. Retrieved from <https://www.blackbaud.com/nonprofit-resources/blackbaud-index>
- BPS. (2020). Hasil sensus penduduk 2020. *Berita Resmi Statistik*, 7(1), 1-12.
- Camera, L. (2022). Generational—Not Partisan—Differences Tell the Story on Education Policy. *U.S. News & World Report*.
- Choi, S., Kim, H., Chung, M., & Lee, S. Y. (2019). Online donation experiences, donation awareness, and intention of future donation among teenagers in South Korea. *Journal of Social Service Research*, 45(5), 622-633.
- Doolittle, A., & Faul, A. C. (2013). Civic engagement scale: A validation study. *SAGE Open*, 3(3), 1-7.
- Dwidienawati, D. & Gandasari, D. (2018) *Understanding Indonesia's Generation Z. International Journal of Engineering & Technology*. Vol 7. No 3.25. Hal 244-252.
- Fong, C. P., & To, S. M. (2022). Civic engagement, social support, and sense of meaningfulness in life of adolescents living in Hong Kong: Implications for social work practice. *Child and Adolescent Social Work Journal*, 1-13.
- Hidayatullah, E. I., & Purbasari, L. T. (2022). *Analysing Repeat Alms Donation Behavior via Digital Platform*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 677-687.
- Kabiri, S., Choi, J., Kruis, N., Shadmanfaat, S. M., & Lee, J. (2022). Social Concern as a Means of Understanding the Risk of Workplace Deviance. *Deviant Behavior*, 43(8), 939-958.

- Kelly, D. C. (2023). Inspiring Gen Z Voters to Participate in Voting and Volunteering. *Advances in Applied Sociology*, 13(1), 43-46.
- Kopernik. (2020). *Gopay Digital Donation Outlook 2020*.
- Lee, Y.-K., & Chang, C.-T. (2007). *Who Gives What To Charity? Characteristics Affecting Donation Behavior*. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 35(9), 1173–1180. doi:10.2224/sbp.2007.35.9.1173
- McKinsey. (2018). True Gen: Generation Z and it's implications for companies.
- Metzger, A., Alvis, L. M., Oosterhoff, B., Babskie, E., Syvertsen, A., & Wray-Lake, L. (2018). The intersection of emotional and sociocognitive competencies with civic engagement in middle childhood and adolescence. *Journal of youth and adolescence*, 47, 1663-1683.
- Pancer, S. M. 2015. *The Psychology of Citizenship and Civic Engagement*. New York: Oxford University Press.