

Pengaruh Kebahagiaan terhadap Perlindungan Lingkungan dalam Meningkatkan Keinginan Aktivisme Lingkungan di Kalangan Mahasiswa Pengguna Instagram di Jawa Barat

Widyadhana Aprianovantyo¹, Kunto Adi Wibowo², Detta Rahmawan³, Ikhsan Fuady⁴
^{1,2,3,4}Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kebahagiaan terhadap minat mahasiswa pengguna Instagram di Jawa Barat untuk berpartisipasi dalam aktivisme lingkungan, yang meliputi keterlibatan dalam jejaring sosial, kontribusi donasi, dan partisipasi sebagai relawan. Dengan menggunakan pendekatan Model of Goal-Directed Behavior (MGB), penelitian ini menekankan pada faktor psikologis kebahagiaan sebagai pendorong tindakan pro-lingkungan. Sampel penelitian berjumlah 120 mahasiswa yang diperoleh melalui teknik convenience sampling, dan data dikumpulkan secara online menggunakan kuesioner berbasis Google Form dengan skala Likert 5 poin. Data dianalisis dengan menggunakan regresi linier sederhana melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebahagiaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berpartisipasi dalam ketiga bentuk partisipasi. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman positif dan emosi bahagia mendorong keterlibatan aktif mahasiswa dalam upaya pelestarian lingkungan melalui media sosial. Penelitian ini memberikan wawasan bagi organisasi lingkungan dan pembuat kebijakan untuk merancang kampanye yang mempromosikan kebahagiaan dan pengalaman positif untuk meningkatkan partisipasi anak muda dalam aktivisme lingkungan. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, upaya ini diharapkan dapat memperkuat kesadaran akan isu-isu lingkungan dan membangun perilaku yang lebih bertanggung jawab terhadap alam.

Keywords: *Aktivisme Lingkungan, Kebahagiaan, Model of Goal-Directed Behavior, Media Sosial, Konservasi Lingkungan, Mahasiswa*

Article History

Received 2024-05-13

Revised 2024-07-05

Accepted 2024-07-0

Keywords

Filtrasi, zeolit, sabut kelapa, limbah rumah tangga

PENDAHULUAN

Masalah lingkungan saat ini mencakup berbagai isu seperti perubahan iklim, penurunan kualitas lingkungan, dan kerusakan ekosistem yang mengancam keberlanjutan

kehidupan di Bumi. Penyumbang utama pencemaran dan berbagai bentuk penurunan kualitas lingkungan adalah pertumbuhan populasi global, dan terbukti bahwa semua upaya manusia memberikan pengaruh, yang mencakup efek buruk dan merugikan, terhadap lingkungan (Larsson, 2009). Dalam keadaan di mana permintaan ini tidak diimbangi oleh penanganan berulang, pihak yang berkepentingan terkait sering terlibat dalam penggunaan sumber daya yang melimpah, yang tertinggi pada kerusakan lingkungan dan pencemaran lingkungan. Salah satu cara efektif untuk mengatasi krisis lingkungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat adalah dengan mendorong partisipasi aktif dalam aktivisme lingkungan. Faktor yang dapat mempengaruhi perilaku peduli lingkungan adalah keinginan untuk berpartisipasi dalam aktivisme lingkungan, yang seringkali didorong oleh persepsi dan pengalaman individu terhadap kenikmatan dari perlindungan alam. Aktivisme lingkungan adalah bentuk nyata dari kepedulian terhadap kelestarian lingkungan, yang ditunjukkan melalui keterlibatan dalam kegiatan seperti kampanye penyadaran, penanaman pohon, pengurangan sampah plastik, hingga partisipasi dalam aksi sosial.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama platform media sosial seperti Instagram, secara signifikan mempengaruhi dampak besar untuk anak muda, dalam menumbuhkan kesadaran lingkungan. Sebagai generasi masa kini yang proaktif terlibat dengan Instagram, mahasiswa mempunyai keahlian untuk menjadi Pendorong perubahan dengan menyampaikan informasi mengenai masalah lingkungan melalui media ini. Instagram menawarkan pengalaman penglihatan yang Saling berhubungan dan menarik, sehingga menyediakan akses pengguna terhadap konten yang berfokus pada lingkungan dan mempromosikan keterlibatan yang bermanfaat. Selain itu, media sosial dalam pengertian yang lebih umum, telah mengubah koordinasi dan komunikasi gerakan masyarakat, secara internal maupun eksternal. Platform seperti Facebook dan WhatsApp memiliki peranan penting dalam mengirimkan pesan dan memperoleh pengikut untuk program lingkungan, termasuk gerakan Fridays for Future (de Moor dkk. 2020). Menggunakan pemanfaatan media sosial, dapat membuat upaya individu mengenai masalah lingkungan berpotensi untuk berkembang menjadi tindakan bersama yang terorganisir, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi perubahan perilaku. "Do-it-Yourself" (DIY) menjadi "Do-it-Ourselves" (DIO) (Pickard 2019), yang menggerakkan keterlibatan kuat masyarakat dalam aksi lingkungan. Platform sosial saat ini telah muncul sebagai platform digital yang signifikan bagi aktivis dan organisasi yang berpartisipasi dalam aksi lingkungan. Sejumlah besar konten yang berkaitan dengan aktivisme lingkungan Sering

terdapat di platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok. Di Indonesia, pemanfaatan media sosial dalam hal tersebut menjadi Semakin diperlukan, sebagaimana dibuktikan oleh data yang menunjukkan bahwa di bulan Januari 2023, ada 185,3 juta pengguna media sosial di Indonesia, mewakili 66,5% dari jumlah penduduk negara tersebut (DataReportal, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa partisipasi individu dalam aktivisme lingkungan dapat tercermin dalam keterlibatan di media sosial, seperti memberikan "like" pada konten yang terkait dengan isu lingkungan. Partisipasi ini juga bisa berupa keinginan untuk berdonasi atau terlibat dalam kegiatan sukarela. Menurut *Model of Goal-directed Behavior* (MGB), berbagai faktor, termasuk emosi negatif seperti kebahagiaan (Büssing et al., 2019), memengaruhi ketiga jenis partisipasi tersebut. Akan tetapi, studi sebelumnya belum sepenuhnya menjangkau variasi isu lingkungan di wilayah-wilayah berbeda, termasuk Indonesia. Dengan latar belakang ini, penelitian selanjutnya akan memperluas cakupan untuk mengamati aktivisme lingkungan secara lebih umum.

Upaya penelitian berusaha untuk menyelidiki sejauh mana kebahagiaan yang dialami oleh pengguna mahasiswa pada Instagram, dalam kaitannya dengan masalah Pelestarian lingkungan, berpotensi berdampak pada kesediaan mereka untuk terlibat dalam aktivisme lingkungan. Fokus utama penelitian diarahkan kepada siswa yang tinggal di Jawa Barat, daerah yang ditandai dengan demografi siswa yang substansif dan akses yang cukup besar ke platform media sosial. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diantisipasi untuk menghasilkan wawasan berharga tentang pentingnya strategi yang memprioritaskan pengalaman positif dalam mendorong keterlibatan generasi muda dalam bidang pelestarian lingkungan.

METODOLOGI

Studi ini difokuskan pada populasi mahasiswa pengguna Instagram di wilayah Jawa Barat. Berdasarkan definisi populasi dari Scharrer dan Ramasubramanian (2021), populasi meliputi keseluruhan objek penelitian yang mencakup semua entitas potensial yang dapat menjadi fokus kajian, baik individu maupun teks. Mahasiswa di Jawa Barat dipilih sebagai populasi, mengingat data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menunjukkan bahwa provinsi ini memiliki penetrasi internet tertinggi ketiga di Indonesia pada 2023, dengan persentase sebesar 82,73%, setelah Banten dan DKI Jakarta. Penelitian ini juga berorientasi pada tema aktivisme lingkungan yang sering dibagikan melalui

Instagram. Berdasarkan data dari NapoleonCat (2024), terdapat sekitar 90 juta pengguna Instagram di Indonesia, dan 29 juta di antaranya berusia antara 18 hingga 24 tahun. Mahasiswa yang umumnya berada dalam kelompok usia ini diharapkan aktif di Instagram dan berpotensi terpapar konten terkait aktivisme lingkungan. Selain itu, kajian McAdams (dalam Besley et al., 2017) menunjukkan bahwa individu pada rentang usia 18 hingga 21 tahun sedang membentuk identitas dan menginternalisasi nilai-nilai yang akan mempengaruhi ideologi mereka di masa mendatang (Whitley dan Yoder dalam Besley et al., 2017).

Studi ini menggunakan sampel sebagai bagian dari populasi untuk melakukan penelitian. Menurut Hayes (2009), sampel diambil dari populasi dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat mewakili populasi secara akurat (Scharrer dan Ramasubramanian, 2021). Ukuran sampel dihitung menggunakan kalkulator sampel dari GPower karena alat pengukuran tersebut dapat menghitung sampel secara minimum, dan menyediakan akses gratis dan mudah digunakan. Berdasarkan jumlah populasi mahasiswa di Jawa Barat yang mencapai 2.668 orang (Badan Pusat Statistik, 2023), ditetapkan ukuran sampel sebesar 111 mahasiswa. Namun, peneliti dalam penelitian ini memilih untuk melebihkan angka yang ditetapkan menjadi 120 untuk menghindari terjadinya *outliers*. Akhirnya, didapatkan 125 responden dan diambil 123 responden karena 2 responden berasal dari luar Jawa Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*, yang merupakan metode non-probabilitas untuk mendapatkan sampel tanpa proses acak (Crano et al., 2023). Teknik ini memanfaatkan individu yang mudah dijangkau dan bersedia terlibat dalam penelitian. Sampel diperoleh melalui komunikasi langsung dengan individu yang memenuhi kriteria populasi dan melalui tautan kuesioner yang disebarakan melalui fitur *story* di Instagram.

Data dikumpulkan secara daring menggunakan kuesioner yang dirancang di Google Form. Kuesioner merupakan instrumen yang terdiri dari serangkaian pertanyaan yang bertujuan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini (Sekaran & Bougie, 2016). Penggunaan kuesioner daring dipilih karena efektif dalam menjangkau populasi mahasiswa yang aktif di media sosial, sehingga distribusi lebih mudah dan cepat. Selain itu, metode daring dinilai lebih efisien, mengurangi biaya, dan memungkinkan pengolahan data secara langsung melalui aplikasi dan perangkat lunak. Google Form dipilih karena kemudahannya dalam mengelola data dalam jumlah besar dan waktu pengolahan yang lebih singkat.

Instrumen yang digunakan mencakup 12 item pertanyaan yang mewakili beberapa variabel penelitian, yaitu 3 item untuk variabel X (kebahagiaan), 3 item untuk variabel Y1 (minat berjejaring sosial), 3 item untuk variabel Y2 (minat berdonasi), dan 3 item untuk variabel Y3 (minat menjadi sukarelawan). Setiap pertanyaan diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Büssing et al. (2019). Skala Likert 5 poin digunakan sebagai alat ukur, dengan rentang nilai dari 1 hingga 5, di mana 1 berarti "Sangat Tidak Setuju" dan 5 berarti "Sangat Setuju" (Sugiyono, 2017). Setelah data dikumpulkan, analisis akan dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS melalui uji regresi linear sederhana untuk menguji hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Items	Pearson Correlati on	Sig. (2-tailed)	Keterang an
X	EAP1	.928	<.001	Valid
	EAP2	.941	<.001	Valid
	EAP3	.927	<.001	Valid
Y1	DNET1	.899	<.001	Valid
	DNET2	.910	<.001	Valid
	DNET3	.895	<.001	Valid
Y2	DDON1	.907	<.001	Valid
	DDON2	.924	<.001	Valid
	DDON3	.901	<.001	Valid
Y3	DVOL1	.931	<.001	Valid
	DVOL2	.906	<.001	Valid
	DVOL3	.891	<.001	Valid

Berdasarkan hasil Uji Validitas pada Tabel 1, seluruh item pada variabel X, Y1, Y2, dan Y3 dinyatakan valid. Pada variabel X, nilai Pearson Correlation untuk item EAP1, EAP2, dan EAP3 masing-masing adalah 0.928, 0.941, dan 0.927, dengan nilai Sig. (2-tailed) < 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pada variabel X memiliki korelasi yang sangat kuat terhadap total skor variabel dan signifikan secara statistik ($p\text{-value} < 0.05$).

Untuk variabel Y1, item DNET1, DNET2, dan DNET3 memiliki nilai korelasi masing-masing sebesar 0.899, 0.910, dan 0.895, dengan tingkat signifikansi yang sama kuat ($p\text{-value} < 0.001$). Hasil serupa juga ditemukan pada variabel Y2, di mana item DDON1, DDON2, dan DDON3 memiliki nilai korelasi sebesar 0.907, 0.924, dan 0.901, yang semuanya signifikan secara statistik. Demikian pula, pada variabel Y3, item DVOL1, DVOL2, dan DVOL3 menunjukkan nilai Pearson Correlation sebesar 0.931, 0.906, dan 0.891, dengan $p\text{-value} < 0.001$.

Secara keseluruhan, seluruh item dalam variabel X, Y1, Y2, dan Y3 memiliki nilai korelasi di atas 0.7, yang mengindikasikan hubungan yang kuat antara item-item tersebut dengan total skor variabel masing-masing. Dengan nilai signifikansi yang konsisten < 0.05 , seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.961	12

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas pada Tabel 2, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.961 menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Secara umum, nilai Cronbach's Alpha dianggap baik jika berada di atas 0.7, dan nilai di atas 0.9 menunjukkan reliabilitas yang sangat baik.

Dengan jumlah item sebanyak 12, hasil ini mengindikasikan bahwa seluruh item dalam instrumen konsisten dalam mengukur konsep atau konstruk yang sama. Artinya, jawaban responden terhadap item-item pada instrumen cenderung stabil dan dapat diandalkan.

Kajian Konseptual

Aktivisme Lingkungan Digital

Aktivisme lingkungan merupakan bentuk aksi bersama yang berupaya membawa perubahan positif bagi alam (Grant & Vasi, 2017). Seiring dengan perkembangan teknologi, semakin banyak gerakan lingkungan yang beralih ke ranah digital atau dikenal dengan istilah aktivisme digital. Edwards et al. (2013) mendefinisikan aktivisme digital sebagai pemanfaatan media digital untuk mencapai tujuan tertentu, seperti mendorong perubahan ekonomi, sosial, dan politik serta mengoordinasikan kampanye secara daring.

Salah satu media yang sering digunakan adalah media sosial, yang memungkinkan penyebaran informasi dengan lebih cepat dan luas karena hambatan geografis dan waktu menjadi semakin kecil (Jacqmarcq, 2021). Platform ini juga menjangkau berbagai kelompok masyarakat, tanpa terbatas pada kalangan tertentu saja. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi strategi yang sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap berbagai isu lingkungan.

Aktivisme lingkungan digital kini berkembang menjadi pendekatan yang tidak hanya efektif dalam membawa perubahan, tetapi juga dalam membangkitkan minat akademis dan pemahaman akan pentingnya bidang ini sebagai disiplin ilmu yang terus berkembang (Baran & Stoltenberg, 2023). Dengan kemudahan akses informasi di berbagai media sosial, masyarakat semakin teredukasi dan terdorong untuk lebih peduli terhadap isu-isu lingkungan. Untuk membangun komunitas yang aktif dan memiliki komitmen jangka panjang, diperlukan prinsip keberlanjutan lingkungan yang kuat sebagai landasan aksi dan kesadaran publik. Pendekatan berbasis keberlanjutan ini penting agar gerakan aktivisme lingkungan digital dapat berkembang menjadi gerakan yang berdampak luas dan berkelanjutan.

Model of Goal-directed Behaviour (MGB)

MGB menyatakan bahwa keinginan untuk melakukan suatu tindakan muncul dari evaluasi yang menguntungkan terhadap perilaku (sikap), persepsi tekanan normatif sosial (SN), dan penilaian efikasi diri (PBC). Dari perspektif ini, prediktor TPB yang biasa digunakan umumnya tidak menentukan niat perilaku secara langsung, tetapi secara tidak langsung melalui keinginan menurut (Leone et al., 2004). Melalui penilaian afirmatif, bantuan sosial, dan peningkatan efikasi diri, kebahagiaan dapat memotivasi individu untuk terlibat dalam perilaku yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. Dengan itu, Kebahagiaan secara signifikan mempengaruhi kecenderungan individu untuk bertindak dengan cara yang sadar lingkungan. MGB juga memperkenalkan emosi yang diantisipasi positif dan negatif dari keberhasilan tujuan dan kegagalan tujuan. Emosi yang diantisipasi diharapkan dapat memprediksi keinginan, di samping variabel TPB.

Kekurangan yang mungkin dari TPB adalah pengecualian relatif dari proses afektif dari pembentukan niat (Manstead & Parker, 1995). Individu yang aktif dalam pelestarian lingkungan seringkali mengharapkan rasa kepuasan mendalam dan kebanggaan yang timbul dari kontribusi mereka terhadap perbaikan kondisi lingkungan. Dengan menggabungkan faktor emosional seperti kebahagiaan dalam analisis, individu dapat

menggali lebih dalam mengenai proses psikologis yang mendorong individu untuk terlibat dalam tindakan pelestarian lingkungan.

Kemudian, MGB didirikan untuk mengatasi kekurangan tertentu yang melekat dalam TPB, yang dianggap terlalu terkonsentrasi pada Analisis rasional dengan cara tanpa syarat. TPB tidak memperhitungkan peran alam bawah sadar, emosi, dan standar pribadi yang juga dapat mempengaruhi perilaku manusia. Keterbatasan ini mengurangi kekuatan prediksi TPB, karena berbagai faktor penting lainnya tidak diikutsertakan (Chiu & Cho, 2022). Memahami Keterkaitan antara emosi, nilai-nilai pribadi, dan perilaku pro-lingkungan memungkinkan kita untuk merancang solusi yang lebih efektif dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan. Dengan menempatkan kebahagiaan dan kesejahteraan sebagai pusat perhatian, dapat memotivasi individu untuk mengambil tindakan yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. MGB juga mempertimbangkan efek dari komponen kemutakhiran perilaku masa lalu. Recency berkaitan dengan kinerja masa lalu dari sebuah perilaku dalam periode waktu yang singkat, biasanya beberapa minggu atau hari.

Perugini dan Bagozzi melakukan pengembangan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan memperkenalkan *Model of Goal-Directed Behaviour* (MGB) untuk mengatasi keterbatasan TPB. Dalam MGB, beberapa variabel baru dimasukkan, seperti kebiasaan (frekuensi perilaku di masa lalu), emosi yang diantisipasi (baik positif maupun negatif), serta faktor motivasi berupa keinginan. Variabel-variabel independen dalam model ini mencakup sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, anticipated emotions, dan perilaku masa lalu, yang semuanya memiliki pengaruh terhadap keinginan. Keinginan ini menjadi aspek motivasi utama yang menggerakkan seseorang untuk bertindak, berfungsi sebagai alasan utama di balik perilaku mereka (Perugini & Bagozzi, 2004).

Keterlibatan di Media Sosial, Kontribusi Donasi, dan Partisipasi Sukarela dalam Aktivisme Lingkungan

Dalam perspektif teori *Model of Goal-directed Behavior* (MGB), keinginan atau desire individu dapat didorong oleh berbagai faktor psikologis, termasuk emosi kebahagiaan (*enjoyment about protection*). Dalam konteks aktivisme lingkungan, media sosial, donasi, dan kesukarelawanan menjadi bentuk keterlibatan yang signifikan. MGB menekankan bahwa keinginan terbentuk sebagai reaksi terhadap stimulus eksternal yang menarik, seperti unggahan atau kampanye di media sosial, yang kemudian mendorong seseorang untuk bertindak sesuai minatnya (Hofmann et al., 2015). Dengan cara ini, media

sosial memberikan wadah untuk menginspirasi publik agar terlibat secara langsung dalam inisiatif lingkungan melalui jejaring sosial, donasi, maupun menjadi sukarelawan.

Media sosial telah berkembang menjadi media penting dalam menghubungkan orang-orang dengan minat lingkungan yang sama. Sebagai platform digital yang memungkinkan komunikasi dan kolaborasi antar pengguna, media sosial memungkinkan aktivis untuk menyebarkan informasi secara cepat dan efisien. Misalnya, organisasi lingkungan di platform Instagram atau Twitter mengunggah foto, video, atau infografis yang menunjukkan dampak perubahan iklim atau polusi plastik, yang dapat membangkitkan minat audiens untuk mengikuti atau menyebarkan kampanye tersebut (Pearson et al., 2016). Ketertarikan terhadap unggahan ini seringkali memicu aksi yang lebih luas, seperti berbagi konten, memberi "*like*," dan membangun komunitas online yang peduli terhadap lingkungan.

Melihat kampanye lingkungan yang memprihatinkan di media sosial sering kali menumbuhkan keinginan untuk berdonasi. Donasi dalam konteks ini adalah bentuk pemberian sukarela yang dilakukan tanpa mengharapkan imbalan langsung (Dewantry et al., 2015). Kampanye penggalangan dana digital, misalnya, dilakukan oleh lembaga lingkungan seperti Greenpeace. Studi menemukan bahwa Greenpeace memiliki peran penting dalam menangani isu deforestasi di Indonesia melalui lima pendekatan utama. Pendekatan-pendekatan ini meliputi mengadakan kampanye anti-deforestasi, menyebarkan informasi strategis kepada publik, memberikan edukasi tentang konservasi kepada masyarakat luas, menjalin dialog advokasi dengan pihak pemerintah, dan membangun kerja sama dengan organisasi lingkungan lainnya (Rerung, O. M., 2022). Di sini, masyarakat dapat menyumbangkan dana untuk tujuan-tujuan spesifik seperti konservasi alam atau penyelamatan habitat hewan. Keinginan untuk berdonasi sering kali dipicu oleh empati terhadap isu yang diangkat dalam konten, serta dorongan untuk berkontribusi dalam solusi yang nyata.

Keinginan untuk berpartisipasi sebagai sukarelawan juga semakin meningkat seiring dengan meluasnya penyebaran informasi tentang isu-isu lingkungan melalui media sosial. Sukarelawan lingkungan merupakan individu yang menyumbangkan waktu, energi, dan kadang sumber daya pribadinya untuk ikut serta dalam kegiatan penyelamatan lingkungan (Natalya & Herdiyanto, 2016). Organisasi seperti Trash Hero Indonesia, yang aktif di media sosial, secara rutin merekrut sukarelawan untuk membersihkan pantai dari sampah plastik. Ketika orang melihat aksi nyata yang dilakukan oleh organisasi seperti ini,

mereka terdorong untuk ikut serta, baik karena dorongan sosial maupun karena kepuasan pribadi dalam membantu lingkungan.

Berdasarkan kajian literatur yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa aktivisme lingkungan digital, melalui penggunaan media sosial, donasi, dan kesukarelawanan, memainkan peran signifikan dalam mendorong partisipasi masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. *Model of Goal-directed Behavior* (MGB) menunjukkan bahwa keterlibatan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, termasuk keinginan yang terbentuk dari emosi dan nilai-nilai pribadi yang dipicu oleh paparan konten digital terkait lingkungan. Keinginan untuk terlibat dalam aktivitas lingkungan digital ini tidak hanya didorong oleh kebutuhan sosial, tetapi juga oleh perasaan bahagia dan kepuasan yang diperoleh dari keterlibatan langsung. Mengacu pada faktor-faktor tersebut, penelitian ini akan menguji hubungan antara kebahagiaan dan keinginan untuk berpartisipasi dalam aktivitas lingkungan digital melalui media sosial, donasi, dan kesukarelawanan, yang dirumuskan dalam tiga hipotesis utama.

H1 : Kebahagiaan memiliki dampak positif terhadap minat individu untuk aktif dalam jejaring sosial.

H2 : Kebahagiaan memiliki dampak positif terhadap minat individu untuk berdonasi.

H3 : Kebahagiaan memiliki dampak positif terhadap minat individu untuk menjadi sukarelawan.

TEMUAN DAN DISKUSI

Demografi

Tabel 3. Demografi

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	18 tahun	7	5.69%
	19 tahun	49	39.84%
	20 tahun	46	37.40%
	21 tahun	12	9.76%
	22 tahun	9	7.32%
Jenis Kelamin	Laki-laki	67	54.47%
	Perempuan	56	45.53%
Perguruan Tinggi	Universitas Padjadjaran	42	34.15%

	Institut Teknologi Bandung	16	13.01%
	Universitas Indonesia	11	8.94%
	Universitas Pendidikan Indonesia	10	8.13%
	IPB University	10	8.13%
	Universitas Katolik Parahyangan	17	13.82%
	Universitas Kristen Maranatha	10	8.13%
	Universitas Islam Negeri Bandung	7	5.69%
Pendapatan	< Rp.1.000.000	11	8.94%
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	10	8.13%
	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000	45	36.59%
	> Rp. 3.000.000	57	46.34%
Rata-rata waktu penggunaan Instagram	1-4 jam per hari	32	26.02%
	4-8 jam per hari	76	61.79%
	8-16 jam per hari	12	9.76%
	16-24 jam per hari	3	2.44%

Tabel demografi ini memberikan gambaran rinci tentang karakteristik responden berdasarkan beberapa variabel, yaitu usia, jenis kelamin, perguruan tinggi, pendapatan, dan rata-rata waktu penggunaan Instagram. Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 19 tahun (39,84%) dan 20 tahun (37,40%), diikuti oleh usia 21 tahun (9,76%), 22 tahun (7,32%), dan 18 tahun (5,69%). Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 67 responden laki-laki (54,47%) dan 56 responden perempuan (45,53%).

Untuk perguruan tinggi, sebagian besar responden berasal dari Universitas Padjadjaran (34,15%), disusul Universitas Katolik Parahyangan (13,82%), Institut Teknologi Bandung (13,01%), Universitas Indonesia (8,94%), serta Universitas Pendidikan Indonesia, IPB University, dan Universitas Kristen Maranatha yang masing-masing memiliki 8,13%. Responden dari Universitas Islam Negeri Bandung berjumlah 5,69%.

Dalam hal pendapatan, mayoritas responden memiliki pendapatan di atas Rp 3.000.000 (46,34%), diikuti oleh pendapatan antara Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 (36,59%), pendapatan di bawah Rp 1.000.000 (8,94%), dan Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000 (8,13%). Rata-rata waktu penggunaan Instagram didominasi oleh kategori 4-8 jam per hari (61,79%), diikuti 1-4 jam per hari (26,02%), 8-16 jam per hari (9,76%), dan 16-24 jam per hari (2,44%). Hal ini menunjukkan distribusi demografi yang cukup beragam di antara responden penelitian.

Kebahagiaan terhadap Perlindungan dalam Berjejaring Sosial

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809a	.655	.652	1.932

Dalam tabel ini, menunjukkan hasil analisis regresi yang memuat beberapa data statistik. Nilai R Square menunjukkan seberapa kuat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Model regresi ini memiliki tingkat kecocokan sebesar 65,5%, yang berarti model ini cukup efektif dalam memprediksi nilai variabel dependen.

Tabel 5. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	2.572				3.945	<.001
	(Constant)	.652				
	X	.787	.809		15.152	<.001

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel Coefficients, nilai konstanta (Constant) sebesar 2.572 menunjukkan bahwa ketika variabel independen (X) bernilai 0, nilai variabel dependen diprediksi sebesar 2.572. Nilai konstanta ini signifikan secara statistik, karena memiliki nilai p-value (<0.001) yang lebih kecil dari 0.05. Selain itu, variabel independen (X) memiliki nilai koefisien regresi tak terstandar (Unstandardized Coefficients) sebesar 0.787, yang berarti setiap peningkatan satu unit pada X akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0.787 unit.

Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen juga terlihat kuat, dengan nilai koefisien terstandar (Standardized Coefficients atau Beta) sebesar 0.809. Nilai ini menunjukkan bahwa X memiliki pengaruh yang besar dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Selanjutnya, nilai t-hitung sebesar 15.152, dengan p-value <0.001, mengindikasikan bahwa hubungan antara X dan variabel dependen sangat signifikan secara statistik.

Secara keseluruhan, model regresi ini menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi yang sangat tinggi. Dengan demikian, Hipotesis 1 diterima, menunjukkan bahwa kebahagiaan memainkan peran penting dalam meningkatkan minat individu untuk lebih aktif dalam jejaring sosial.

Kebahagiaan terhadap Perlindungan dalam Berdonasi

Tabel 6. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768a	.591	.587	2.209

Dalam tabel ini, menunjukkan hasil analisis regresi yang memuat beberapa data statistik. Nilai R Square menunjukkan seberapa kuat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Model regresi ini memiliki tingkat kecocokan sebesar 59,1%, yang berarti model ini cukup efektif dalam memprediksi nilai variabel dependen.

Tabel 7. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.152	.746		2.886	.005
	X	.785	.059	.768	13.210	<.001

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel Coefficients, nilai konstanta (Constant) sebesar 2.152 menunjukkan bahwa ketika variabel independen (X) bernilai 0, nilai variabel dependen diprediksi sebesar 2.152. Nilai konstanta ini signifikan secara statistik, karena memiliki nilai p-value (<0.001) yang lebih kecil dari 0.05. Selain itu, variabel independen (X) memiliki nilai koefisien regresi tak terstandar (Unstandardized Coefficients) sebesar 0.785, yang berarti setiap peningkatan satu unit pada X akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0.785 unit.

Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen juga terlihat kuat, dengan nilai koefisien terstandar (Standardized Coefficients atau Beta) sebesar 0.768. Nilai ini menunjukkan bahwa X memiliki pengaruh yang besar dalam menjelaskan perubahan

pada variabel dependen. Selanjutnya, nilai t-hitung sebesar 13.210, dengan p-value <0.001, mengindikasikan bahwa hubungan antara X dan variabel dependen sangat signifikan secara statistik.

Secara keseluruhan, model regresi ini menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi yang sangat tinggi. Dengan demikian, Hipotesis 2 diterima, menunjukkan bahwa kebahagiaan memainkan peran penting dalam meningkatkan minat individu untuk lebih aktif dalam berdonasi.

Kebahagiaan terhadap Perlindungan dalam Menjadi Sukarelawan

Tabel 8. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794a	.631	.628	2.096

Dalam tabel ini, menunjukkan hasil analisis regresi yang memuat beberapa data statistik. Nilai R Square menunjukkan seberapa kuat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Model regresi ini memiliki tingkat kecocokan sebesar 63,1%, yang berarti model ini cukup efektif dalam memprediksi nilai variabel dependen.

Tabel 9. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	Std. Error		
1	(Constant)	1.899	.707			2.685	.008
	X	.811	.056	.794		14.376	<.001

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel Coefficients, nilai konstanta (Constant) sebesar 1.899 menunjukkan bahwa ketika variabel independen (X) bernilai 0, nilai variabel dependen diprediksi sebesar 1.899. Nilai konstanta ini signifikan secara statistik, karena memiliki nilai p-value (<0.001) yang lebih kecil dari 0.05. Selain itu, variabel independen (X) memiliki nilai koefisien regresi tak terstandar (Unstandardized Coefficients) sebesar 0.811, yang berarti setiap peningkatan satu unit pada X akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0.811 unit.

Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen juga terlihat kuat, dengan nilai koefisien terstandar (Standardized Coefficients atau Beta) sebesar 0.794. Nilai ini menunjukkan bahwa X memiliki pengaruh yang besar dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Selanjutnya, nilai t-hitung sebesar 14.376, dengan p-value <0.001 , mengindikasikan bahwa hubungan antara X dan variabel dependen sangat signifikan secara statistik. Secara keseluruhan, model regresi ini menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi yang sangat tinggi. Dengan demikian, Hipotesis 3 diterima, menunjukkan bahwa kebahagiaan memainkan peran penting dalam meningkatkan minat individu untuk lebih aktif dalam menjadi sukarelawan.

KESIMPULAN

1. Kebahagiaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa pengguna Instagram di Jawa Barat untuk berpartisipasi dalam aktivisme lingkungan.
2. Bentuk partisipasi tersebut mencakup keterlibatan dalam jejaring sosial, berdonasi, dan menjadi sukarelawan.
3. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa kebahagiaan sebagai faktor psikologis dapat memotivasi individu untuk berperilaku pro-lingkungan.
4. Semakin tinggi tingkat kebahagiaan yang dirasakan, semakin besar pula minat individu untuk berkontribusi dalam kegiatan lingkungan.
5. Kebahagiaan berperan tidak hanya dalam meningkatkan kesejahteraan emosional, tetapi juga sebagai pendorong tindakan positif yang bermanfaat

bagi lingkungan.

Rekomendasi Strategis

1. Lembaga lingkungan dan aktivis perlu mengoptimalkan konten positif di media sosial, khususnya Instagram, untuk menyebarkan kampanye inspiratif dan membangkitkan perasaan positif terhadap isu lingkungan.
2. Perguruan tinggi dan organisasi lingkungan disarankan bekerja sama menyelenggarakan program edukasi dan aktivasi yang melibatkan mahasiswa secara langsung, seperti kegiatan sukarelawan dan program donasi yang transparan.
3. Aktivisme lingkungan perlu dirancang dengan pendekatan kreatif dan menyenangkan agar memberikan kepuasan emosional, seperti melalui acara kolaboratif atau gerakan berbasis komunitas.
4. Penelitian lanjutan disarankan mencakup cakupan yang lebih luas dari segi kelompok usia, wilayah, dan variabel psikologis lainnya yang relevan.
5. Pendekatan berbasis kebahagiaan diharapkan dapat mendorong generasi muda untuk lebih aktif dalam mendukung pelestarian lingkungan melalui berbagai kegiatan positif, baik secara digital maupun nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2024.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2023). Jumlah Perguruan Tinggi, Tenaga Pendidik, dan Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Agama Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2023. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.
- Baran, Z., & Stoltenberg, D. (2023). Tracing the emergent field of digital environmental and climate activism research: A mixed-methods systematic literature review. *Environmental Communication*, 17(5), 453-468.
- Besley, J. C., Zwickle, A., Takahashi, B., & Whitley, C. T. (2017). Assessing the role of college as a sustainability communication channel. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 18. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-09-2016-0172>

- Büssing, A. G., Thielking, A., & Menzel, S. (2019). Can a Like Save the Planet? Comparing Antecedents of and Correlations Between Environmental Liking on Social Media, Money Donation, and Volunteering. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01989>
- Chiu, W., & Cho, H. (2022). The Model of Goal-Directed Behavior in Tourism and Hospitality: A Meta-analytic Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Travel Research*, 61(3), 637–655. <https://doi.org/10.1177/0047287521991242>
- Crano, W. D., Brewer, M. B., & Lac, A. (2014). *Principles and methods of social research*. Routledge.
- Edwards, F., Howard, P. N., & Joyce, M. (2013). *Digital Activism and NonViolent Conflict*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2595115>
- Grant, D., & Vasi, I. B. (2017). Civil Society in an Age of Environmental Accountability: How Local Environmental Nongovernmental Organizations Reduce U.S. Power Plants' Carbon Dioxide Emissions. *Sociological Forum*, 32(1), 94–115. <https://doi.org/10.1111/socf.12318>
- Hayes, A. F. (2005). *Statistical Methods For Communication Science*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hofmann, W., Hiroki, P. K., Vohs, K., & Baumeister, R. (2015). Desire and Desire Regulation. In *The Psychology of Desire* (pp. 61–81). New York: Guilford.
- Jacqmarcq, M. (2021). Environmental Activism in the Digital Age. *Flux: International Relations Review*, 11(1). <https://doi.org/10.26443/firr.v11i1.52>
- Larsson, M. L. (2009). Legal definitions of the environment and of environmental damage. *Stockholm Institute for Scandinavian Law*, 157.
- Leone, L., Perugini, M., & Ercolani, A. P. (2004). Studying, practicing, and mastering: A test of the model of goal-directed behavior (MGB) in the software learning domain. *Journal of applied social psychology*, 34(9), 1945-1973. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2004.tb02594.x>
- Manstead, A. S., & Parker, D. (1995). Evaluating and extending the theory of planned behaviour. *European review of social psychology*, 6(1), 69-95.
- Natalya, N. P., & Herdiyanto, Y. K. (2016). Dunia Sukarelawan Remaja: Frekuensi Aktivitas Kerelawanan dan

-
- Psychological Well-Being Sukarelawan Remaja di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(1), 142–155.
- Pearson, E., Tindle, H., Ferguson, M., Ryan, J., & Litchfield, C. (2016). Can We Tweet, Post, and Share Our Way to a More Sustainable Society? A Review of the Current Contributions and Future Potential of #Socialmediaforsustainability. *Annual Review of Environment and Resources*, 41(1), 363–397. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-110615-090000>
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2004). The Distinction Between Desires and Intentions. *European Journal of Social Psychology*, 34(1), 69–84. <https://doi.org/10.1002/ejsp.186>
- Rerung, O. M. (2022). Peran Greenpeace dalam Mengatasi Illegal Logging di Indonesia. *TRANSBORDERS: International Relations Journal*, 6(1), 1-13.
- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2021). *Quantitative Research Methods in Communication: The Power of Numbers for Social Justice*. Taylor & Francis Group.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.



