

# GENERASI MILENIAL

Diskursus Teologi, Pendidikan,  
Dinamika Psikologis dan Kelekatan pada Agama  
di Era Banjir Informasi

Sejarah itu dimulai pada 2018, saat para sarjana lintas disiplin dan latar belakang agama berkumpul di kampus IAKN Manado. Dalam simposium selama dua hari itu semua menyadari bahwa kita merupakan bangsa dengan penganut agama yang besar. Di dalam poster penduduk Indonesia pada 2018, proporsi generasi milenial sangat besar. Menyadari hal itu, penting bagi para sarjana agama melihat anatomi generasi milenial itu. Banyak dimensi yang menarik untuk dikupas. Buku ini tidak berpretensi menjawab semua masalah itu, namun sekedar memberi kontribusi sekeadarnya. Guna memudahkan pembaca, buku ini dibagi menjadi empat bagian besar: diskursus agama dan teologi, pendidikan, psikologi dan konseling, musik serta gaya hidup.

Bagi pembaca ini merupakan bentuk sapaan dengan kadar akademik-intelektual. Berbagai gagasan dipintal dalam bentuk buku. Gunanya dalam rangka mentransformasikan pikiran dalam tindakan untuk menjangkau pembaca yang lebih luas. Buku ini bukan yang pertama lahir dari rahim perguruan tinggi keagamaan, namun ia merupakan buku pertama lahir di PTKKN tentang generasi milenial. Sejahter informasi yang dapat kita jangkau, terdapat 3 buku yang lahir sebelumnya di PTKIN yang dihasilkan melalui riset serius, atas sponsor UNDP, Program Convey Indonesia, dengan PPIIM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, CSRC UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Buku pertama adalah *Literatur Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi dan Kontestasi* dengan Noorhaidi Hasan sebagai editor. Buku kedua adalah *Masjid di Era Milenial: Arah Baru Literasi Keagamaan* dengan editor Jajang Jahroni dan Irfan Abubakar. Ketiga adalah *Kaum Muda Muslim Milenial: Konservatisme, Hibridasi Identitas, dan Tantangan Radikalisme* dengan Chaider S. Banuulim, Hilman Latief, dan Irfan Abubakar sebagai editor. Sebagai pelengkap dua buku yang disebut terakhir, dan demi mengamankan paham keagamaan generasi milenial, CSRC menerbitkan buku *Literasi Keagamaan: Takmir Masjid, Imam dan Khatib* dengan Irfan Abubakar dan Irfan Hidayat sebagai editor. Buku terakhir ini mengingatkan pada Dinham dan Francis bahwa literasi keagamaan itu berpengaruh besar pada kebijakan dan praktiknya. Juga Prothero, bahwa ada publik Amerika Serikat yang menghendaki adanya literasi keagamaan dan ada yang tidak.

Karena satu dua hal, buku-buku di atas memicu - langsung maupun tidak langsung terhadap - diselenggarakannya Simposium Nasional Agama Generasi Milenial di IAKN Manado pada 2018 yang hasil-hasilnya diterbitkan menjadi buku ini. Motivasi mendasarnya adalah memperkaya diskursus dan jawaban terhadap berbagai isu menyangkut generasi milenial dan menabur amal jariah - perbuatan baik di mana pahalanya terus mengalir pada setiap buku ini dibaca dan dimanfaatkan.



Diskursus Teologi, Pendidikan,  
Kelekatan pada Agama di Era Banjir Informasi

GENERASI MILENIAL

Jeane Marie Tulung | Achmad Syahid  
Yanice Janis | Yan O Kalampung



# GENERASI MILENIAL

Diskursus Teologi, Pendidikan,  
Dinamika Psikologis dan Kelekatan pada Agama  
di Era Banjir Informasi

Jeane Marie Tulung | Achmad Syahid | Yanice Janis | Yan O Kalampung



Rajawali Pers  
PT RAJAWALI PERSADA  
Jl. Raya Lingseng No. 112  
Kec. Lingseng, Kec. Tana Toraja, Kabupaten Tana Toraja,  
Sulawesi Selatan 91112  
Telp: (0411) 51212 Fax: (0411) 511168  
E-mail: rajawalipers@rajawali.co.id  
www.rajawalipers.co.id

RAJAWALI PERS

DIVISI BUKU PERGURUAN TINGGI



9 786232 131831

# Generasi Milenial

Diskursus Teologi, Pendidikan, Dinamika Psikologis  
dan Kelekatan pada Agama di Era Banjir Informasi

Jeane Marie Tulung | Achmad Syahid | Yanice Janis | Yan O Kalampung



RAJAWALI PERS  
Divisi Buku Perguruan Tinggi  
PT RajaGrafindo Persada  
D E P O K

*Perpustakaan Nasional: Katalog dalam terbitan (KDT)*

Jeane Marie Tulung, Achmad Syahid, Yanice Janis, Yan O Kalampung

Generasi Milenial: Diskursus Teologi, Pendidikan, Dinamika Psikologis dan Kelekatan pada Agama di Era Banjir Informasi/Jeane Marie Tulung, dkk  
—Ed. 1, Cet. 1.—Depok: Rajawali Pers, 2019.

cxiv, 336 hlm., 23 cm.

Bibliografi: ada disetiap bab

ISBN 978-623-231-183-1

Hak cipta 2019, pada penulis

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit

**2019.2471 RAJ**

**Jeane Marie Tulung, Achmad Syahid, Yanice Janis, Yan O Kalampung**

**GENERASI MILENIAL**

***Diskursus Teologi, Pendidikan, Dinamika Psikologis dan Kelekatan pada Agama di Era Banjir Informasi***

Cetakan ke-1, September 2019

Diterbitkan atas kerjasama dengan IAKN Manado Press

Editor : Jeane Marie Tulung, Achmad Syahid, Yanice Janis, Yan O Kalampung

Setter : Tim Kreatif RGP

Desain Cover : Tim Kreatif RGP

Dicetak di Kharisma Putra Utama Offset

**PT RAJAGRAFINDO PERSADA**

Anggota IKAPI

*Kantor Pusat:*

Jl. Raya Leuwingu, No.112, Kel. Leuwingu, Kec. Tapos, Kota Depok 16956

Tel/Fax : (021) 84311162 – (021) 84311163

E-mail : rajapers@rajagrafindo.co.id <http://www.rajagrafindo.co.id>

*Perwakilan:*

**Jakarta**-16956 Jl. Raya Leuwingu No. 112, Kel. Leuwingu, Kec. Tapos, Depok, Telp. (021) 84311162. **Bandung**-40243, Jl. H. Kurdi Timur No. 8 Komplek Kurdi, Telp. 022-5206202. **Yogyakarta**-Perum. Pondok Soragan Indah Blok A1, Jl. Soragan, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, Telp. 0274-625093. **Surabaya**-60118, Jl. Rungkut Harapan Blok A No. 09, Telp. 031-8700819. **Palembang**-30137, Jl. Macan Kumbang III No. 10/4459 RT 78 Kel. Demang Lebar Daun, Telp. 0711-445062. **Pekanbaru**-28294, Perum De' Diandra Land Blok C 1 No. 1, Jl. Kartama Marpojan Damai, Telp. 0761-65807. **Medan**-20144, Jl. Eka Rasmi Gg. Eka Rossa No. 3A Blok A Komplek Johor Residence Kec. Medan Johor, Telp. 061-7871546. **Makassar**-90221, Jl. Sultan Alauddin Komp. Bumi Permata Hijau Bumi 14 Blok A14 No. 3, Telp. 0411-861618. **Banjarmasin**-70114, Jl. Bali No. 31 Rt 05, Telp. 0511-3352060. **Bali**, Jl. Imam Bonjol Gg 100/V No. 2, Denpasar Telp. (0361) 8607995. **Bandar Lampung**-35115, Perum. Bilabong Jaya Block B8 No. 3 Susunan Baru, Langkapura, Hp. 081299047094.

# DAFTAR ISI

---

<b>Sambutan Rektor</b>	<b>v</b>
<b>Sambutan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Kristen</b>	<b>xi</b>
<b>Pengantar Editor</b>	<b>xv</b>
Identitas Demografis, Dinamika Psikologis dan Isu-Isu Keagamaan Generasi Milenial	
<b>Diskursus Agama dan Teologi</b>	
Mengapa Generasi Milenial Perlu Belajar Sejarah Perdamaian Atas Nama Agama?	3
Misbahuddin   Yan O. Kalampung	
Pandangan Beragama Generasi Milenial dalam Ruang Virtual	15
Lilly Yulia Wasida	
Religiositas Generasi Milenial: Tantangan Bagi Kehidupan Beragama dari Perspektif Kristiani	35
John Titaley	
Aku Online, Maka Aku Ada: Menggugat Eksistensi Generasi Milenial Dalam Media Sosial Berdasarkan Perspektif Spiritualitas Kristen	47
Daniel Syafaat Siahaan	
Citra Diri Pendeta GMIM Bagi Generasi Milenial	73
Deyvi J. L. Tumundo   Marselino C. Runturambi	

Liturgi Kontekstual Berbasis Multikultural Bagi Generasi Milenial di IAKN Manado	85
Meily Meiny Wagiu   Jekson Berdame	
Gereja, Politik, dan Generasi Milenial	103
Anita Inggrith Tuela	
Santri dan Politik Multikulturalisme di Indonesia	117
Almunauwar Bin Rusli	

### **Diskursus Pendidikan dan Teknologi**

Tantangan Guru Pendidikan Agama Kristen di Era Revolusi Industri 4.0	137
Olivia Cherly Wuwung   Paultje P. Tampa	
Strategi Pembelajaran Berbasis <i>Hots</i> Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Kristen	151
Heldy Jerry Rogahang   Wolter Weol   Jefri Mailool	
Media Pembelajaran Pendidikan Agama Kristen di Era Milenial	171
Deflita R. N. Lumi	
Pola Asuh Anak Usia Dini Versi Orang Tua Milenial	179
Febri Kurnia Manoppo	
Strategi PAK Generasi Milenial dalam Konteks Penggunaan Media Sosial di Manado	197
Rolina A.E Kaunang	
Pancasila Dalam Ruang Publik di Era Milenial	213
Karya Nusa Riung	
PAK Generasi Milenial dalam Menghadapi Hoax: Kajian Pemikiran Paulo Freire	227
Yanice Janis   Merensiana Hale	

### **Diskursus Pastoral Konseling dan Psikologi**

Kesulitan Belajar Generasi Milenial di Program Studi Pastoral Konseling IAKN Manado	241
Shanti Natalia   Christie Ruata   Novita Pardamean Sianturi	

Ibadah Generasi Milenial: Pendekatan Teologi Pastoral Konseling Yohan Brek	249
<b>Diskursus Musik dan Gaya Hidup</b>	
Selera Musik Gerejawi Generasi Milenial Alvik Lopian	267
Kebiasaan Tingkah Laku Menyanyi Setelah Ibadah Syukur atau Duka Pada Kalangan Generasi Milenial Masyarakat Kristen di Manado Charles P.N. Rembang   Hesky Ch. Opit   Yunita Sumakul	291
Gaya Hidup Dosen Generasi Milenial dan Eksistensi Mereka di Media Sosial: Studi Kasus di Institut Agama Kristen Negeri Manado Farno Arthur Gerung   Melissa MF Waturandang Marssell Michael Sengkey	335
<b>Tentang Penulis dan Editor</b>	<b>321</b>



# GAYA HIDUP DOSEN GENERASI MILLENNIAL DAN EKSISTENSI MEREKA DI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS DI INSTITUT AGAMA KRISTEN NEGERI MANADO

Farno Arthur Gerung | Melissa MF Waturandang  
Marsell Michael Sengkey

---

## PENDAHULUAN

Pada saat ini di tengah arus teknologi yang sangat pesat di mana segala sesuatu aktivitas tidak akan lepas akan hadirnya teknologi. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan cepat ini adalah salah satu penunjang kemajuan manusia dan sangat mempengaruhi gaya hidup<sup>1</sup>. Internet hadir sebagai bagian dari kemajuan teknologi, internet bukan lagi menjadi barang mewah tapi menjadi suatu keharusan, internet telah menjadi bagian kehidupan generasi saat ini dan yang akan datang.

Dewasa ini generasi yang akrab dengan teknologi ini disebut generasi milenial<sup>2</sup>. Istilah ini berasal dari dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan Neil Howe di dalam *Millennials Rising: The Next Great Generation*.<sup>3</sup>

Milenial juga dikenal sebagai Generasi Y, Gen Y atau Generasi Langgas adalah kelompok demografi setelah Generasi X atau Gen-X. Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Milenial pada umumnya adalah anak-anak dari generasi Baby Boomers dan Gen-X yang tua. Milenial kadang-kadang

---

<sup>1</sup> Dwiningrum, S. I. A (2012). *Ilmu Sosial & Budaya Dasar*. Yogyakarta: UNY Press.

<sup>2</sup> SWA.co.id "Memahami Generasi Langgas (Millennials)". 2017-11-28.

<sup>3</sup> Strauss, William; Howe, Neil (2000). "*Millennials Rising: The Next Great Generation*." Cartoons by R. J. Matson. New York, NY: Vintage Original. hlm. 370. ISBN 0-375-70719-0.

disebut sebagai “*Echo Boomers*” karena adanya ‘*booming*’ atau peningkatan besar, tingkat kelahiran pada tahun 1980-an dan 1990-an. Untungnya di abad ke 20 tren menuju keluarga yang lebih kecil di negara-negara maju terus berkembang, sehingga dampak relatif dari “baby boom echo” umumnya tidak sebesar dari masa ledakan populasi pasca Perang Dunia II. Karakteristik milenial berbeda-beda berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi, namun karakter yang paling umum dari generasi ini adalah peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media dan teknologi.<sup>4</sup>

Keakraban generasi Milenial dengan teknologi memberikan dampak yang luar biasa untuk lahirnya bermacam-macam inovasi teknologi salah satunya adalah media sosial. Media sosial dikagumi sebagai penciptaan yang mendorong peningkatan peradaban. Media sosial adalah sebuah bentuk komunikasi elektronik, di mana penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi ide, pesan pribadi dan menciptakan suatu topik, media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.”<sup>5</sup> Pada tahun 2016, 68.3% pengguna internet di dunia merupakan pengguna media sosial yang kurang lebih setara dengan 2.34 miliar orang<sup>6</sup>

Bagi generasi milenial media sosial adalah sarana yang paling bisa memberikan kesempatan untuk berinteraksi sosial, penyalur aspirasi, sebagai sumber informasi dan pembentukan karakter.

Sosial media menjadi sarana kebutuhan tersendiri bagi generasi milenial, dilihat dari teori kebutuhan Abraham Maslow. Dalam teori hierarki kebutuhan oleh Abraham Maslow diungkapkan bahwa kebutuhan-kebutuhan di tingkat rendah harus terpenuhi atau paling tidak cukup terpenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan-kebutuhan di tingkat lebih tinggi menjadi hal yang memotivasi.

Di Institut Agama Kristen Negeri Manado beberapa dosen termasuk dalam generasi milenial. berjumlah enam belas dosen yang masuk kategori generasi Milenial dilihat berdasarkan tahun kelahiran tahun

<sup>4</sup> Strauss, William; Howe, Neil (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. Harper Perennial.

<sup>5</sup> Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010) “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Sosial Media”. *Business Horizons* 53(1): 59–68.

<sup>6</sup> Statista. (2016). Jejarings osial global terkemuka 2016.



1985 sampai dengan tahun 1993 baik laki-laki dan perempuan, berlatabelakang beberapa suku dengan status menikah juga belum menikah. Dilihat dari pengamatan semua aktif dengan media sosial di mana semua memiliki *account* media. Dapat dilihat melalui observasi awal bahwa semua generasi milenial dalam hal ini dosen di IAKN Manado memiliki *account* media sosial baik berupa facebook, instagram ataupun twitter.

Dengan begitu akrabnya Generasi Milenial dengan Media sosial sehingga disebut dengan Netizen yakni masyarakat internet, Generasi Milenial yaitu Dosen-dosen IAKN Manado yang terlahir dalam kurun tahun 1985-1993 yang aktif dengan sosial media. Karena itu menarik untuk mengkaji bagaimana Gaya Hidup Generasi Milenial ditinjau dari Eksistensi di Media Sosial. Bagaimana dengan memiliki teman dalam sosial media bisa memenuhi kebutuhan generasi milenial akan rasa memiliki dan dicintai, bagaimana dengan membagikan pendapat, informasi dan berbagi foto dalam sosial media mampu memenuhi kebutuhan generasi milenial akan rasa dihargai dan keinginan untuk berprestasi, juga bagaimana eksistensi dalam media sosial mampu memenuhi kebutuhan generasi millennial dalam mengaktualisasikan dirinya.

## TENTANG GAYA HIDUP

Mengenai Gaya Hidup bisa dijelaskan bahwa,

Istilah pada gaya hidup (*style of life*) memiliki arti sosiologis yang lebih terbatas dengan merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai kelompok status tertentu, dalam budaya konsumen kotemporer istilah ini mengkonotasikan ekspresi diri, serta kesadaran diri yang semu. Tubuh, busana, bicara, hiburan pada saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman dan pilihan hiburan dan seterusnya dipandang sebagai indikator dari pemilik atau konsumen<sup>7</sup>.

## TEORI HIERARKI KEBUTUHAN

Dalam teori hierarki kebutuhan oleh Abraham Maslow diungkapkan bahwa,

---

<sup>7</sup> Featherstone, Mike 2005: 197



kebutuhan-kebutuhan di tingkat rendah harus terpenuhi atau paling tidak cukup terpenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan-kebutuhan di tingkat lebih tinggi menjadi hal yang memotivasi<sup>8</sup>. Konsep hierarki kebutuhan dasar ini bermula ketika Maslow melakukan observasi terhadap perilaku monyet. Berdasarkan pengamatannya, didapatkan kesimpulan bahwa beberapa kebutuhan lebih diutamakan dibandingkan dengan kebutuhan yang lain<sup>9</sup>. Contohnya jika individu merasa haus, maka individu akan cenderung untuk mencoba memuaskan dahaga. Individu dapat hidup tanpa makanan selama berminggu-minggu. Tetapi tanpa air, individu hanya dapat hidup selama beberapa hari saja karena kebutuhan akan air lebih kuat daripada kebutuhan akan makan. Kebutuhan-kebutuhan ini sering disebut Maslow sebagai kebutuhan-kebutuhan dasar yang digambarkan sebagai sebuah hierarki atau tangga yang menggambarkan tingkat kebutuhan Terdapat lima tingkat kebutuhan dasar, yaitu: kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan rasa memiliki dan kasih sayang, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan akan aktualisasi diri<sup>10</sup>. Maslow memberi hipotesis bahwa setelah individu memuaskan kebutuhan pada tingkat paling bawah, individu akan memuaskan kebutuhan pada tingkat yang berikutnya. Jika pada tingkat tertinggi tetapi kebutuhan dasar tidak terpuaskan, maka individu dapat kembali pada tingkat kebutuhan yang sebelumnya<sup>11</sup>. Menurut Maslow, pemuasan berbagai kebutuhan tersebut didorong oleh dua kekuatan yakni motivasi kekurangan (*deficiency motivation*) dan motivasi perkembangan (*growth motivation*). Motivasi kekurangan bertujuan untuk mengatasi masalah ketegangan manusia karena berbagai kekurangan yang ada. Sedangkan motivasi pertumbuhan didasarkan atas kapasitas setiap manusia untuk tumbuh dan berkembang. Kapasitas tersebut merupakan bawaan dari setiap manusia<sup>12</sup>.

## **Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)**

Terkait kebutuhan psikologis, ada beberapa hal yang perlu diperjelas,

Kebutuhan paling dasar pada setiap orang adalah kebutuhan fisiologis yakni kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya secara fisik. Kebutuhan-kebutuhan itu seperti kebutuhan akan makanan, minuman, tempat berteduh, tidur dan oksigen (sandang, pangan, papan). Kebutuhan-kebutuhan fisiologis adalah potensi paling dasar dan be-

---

<sup>8</sup> Feist, Jess (2010). *Teori Kepribadian: Theories of Personality*. Salemba Humanika. hlm. 331. ISBN 978-602-8555-18-0.

<sup>9</sup> Rahmat Hidayat, Deden (2011). Zaenudin A. Naufal, ed. *Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling*. Ghalia Indonesia. hlm. 165–166. ISBN 978-979-450-654-7.

<sup>10</sup> Rahmat Hidayat, Deden (2011). Zaenudin A. Naufal, ed. *Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling*. Ghalia Indonesia. h. 165–166. ISBN 978-979-450-654-7.

<sup>11</sup> Plotnik, Rod (2014). *Introduction to Psychology*, 10th Edition. Wadsworth. hlm. 332. ISBN 978-1-133-94349-5

<sup>12</sup> HartiahHaroen, ed. (2008). *Teknik Prosedural Keperawatan: Konsep dan Aplikasi Kebutuhan Dasar Klien*. Salemba Humanika. hlm. 2. ISBN 978-979-3027-53-1.

sar bagi semua pemenuhan kebutuhan di atasnya. Manusia yang lapar akan selalu termotivasi untuk makan, bukan untuk mencari teman atau dihargai. Manusia akan mengabaikan atau menekan dulu semua kebutuhan lain sampai kebutuhan fisiologisnya itu terpuaskan. Di masyarakat yang sudah mapan, kebutuhan untuk memuaskan rasa lapar adalah sebuah gaya hidup. Mereka biasanya sudah memiliki cukup makanan, tetapi ketika mereka berkata lapar maka yang sebenarnya mereka pikirkan adalah citarasa makanan yang hendak dipilih, bukan rasa lapar yang dirasakannya. Seseorang yang sungguh-sungguh lapar tidak akan terlalu peduli dengan rasa, bau, temperatur ataupun tekstur makanan<sup>13</sup>.

Kebutuhan fisiologis berbeda dari kebutuhan-kebutuhan lain dalam dua hal. Pertama, kebutuhan fisiologis adalah satu-satunya kebutuhan yang bisa terpuaskan sepenuhnya atau minimal bisa diatasi. Manusia dapat merasakan cukup dalam keaktivitas makan sehingga pada titik ini, daya penggerak untuk makan akan hilang. Bagi seseorang yang baru saja menyelesaikan sebuah santapan besar, dan kemudian membayangkan sebuah makanan lagi sudah cukup untuk membuatnya mual. Kedua, yang khas dalam kebutuhan fisiologis adalah hakikat pengulangannya. Setelah manusia makan, mereka akhirnya akan menjadi lapar lagi dan akan terus menerus mencari makanan dan air lagi. Sementara kebutuhan di tingkatan yang lebih tinggi tidak terus menerus muncul. Sebagai contoh, seseorang yang minimal terpenuhi sebagian kebutuhan mereka untuk dicintai dan dihargai akan tetap merasa yakin bahwa mereka dapat mempertahankan pemenuhan terhadap kebutuhan tersebut tanpa harus mencari-carinya lagi.

## **Kebutuhan Akan Rasa Aman (*Safety/Security Needs*)**

Setelah kebutuhan-kebutuhan fisiologis terpuaskan secukupnya, muncullah apa yang disebut Maslow sebagai kebutuhan-kebutuhan akan rasa aman.

Kebutuhan-kebutuhan akan rasa aman ini diantaranya adalah rasa aman fisik, stabilitas, ketergantungan, perlindungan dan kebebasan dari daya-daya mengancam seperti kriminalitas, perang, terorisme, penyakit, takut, cemas, bahaya, kerusakan dan bencana alam. Serta kebutuhan secara psikis yang mengancam kondisi kejiwaan seperti tidak diejek, tidak direndahkan, tidak stres, dan lain sebagainya. Kebutuhan akan rasa aman berbeda dari kebutuhan fisiologis karena kebutuhan ini tidak bisa terpenuhi secara total. Manusia tidak pernah dapat dilindungi sepenuhnya dari ancaman-ancaman meteor, kebakaran, banjir atau perilaku berbahaya orang lain<sup>14</sup>. Menurut Maslow, orang-orang yang tidak aman akan bertingkah laku sama seperti anak-anak yang tidak aman. Mereka akan bertingkah laku seakan-akan selalu dalam

---

<sup>13</sup> Feist, Jess (2010). *Teori Kepribadian: Theories of Personality*. Salemba Humanika. hlm. 331. ISBN 978-602-8555-18-0.

<sup>14</sup> Feist, Jess (2010). *Teori Kepribadian: Theories of Personality*. Salemba Humanika. hlm. 331. ISBN 978-602-8555-18-0.

keadaan terancam besar. Seseorang yang tidak aman memiliki kebutuhan akan keteraturan dan stabilitas secara berlebihan serta akan berusaha keras menghindari hal-hal yang bersifat asing dan yang tidak diharapkannya<sup>15</sup>.

### **Kebutuhan Akan Rasa Memiliki dan Kasih Sayang (*Sosial Needs*)**

Jika kebutuhan fisiologis dan kebutuhan akan rasa aman telah terpenuhi, maka muncullah kebutuhan akan cinta, kasih sayang dan rasa memiliki-dimiliki<sup>16</sup>. Kebutuhan-kebutuhan ini meliputi dorongan untuk dibutuhkan oleh orang lain agar ia dianggap sebagai warga komunitas sosialnya. Bentuk akan pemenuhan kebutuhan ini seperti bersahabat, keinginan memiliki pasangan dan keturunan, kebutuhan untuk dekat pada keluarga dan kebutuhan antarpribadi seperti kebutuhan untuk memberi dan menerima cinta. Seseorang yang kebutuhan cintanya sudah relatif terpenuhi sejak kanak-kanak tidak akan merasa panik saat menolak cinta. Ia akan memiliki keyakinan besar bahwa dirinya akan diterima orang-orang yang memang penting bagi dirinya. Ketika ada orang lain menolak dirinya, ia tidak akan merasa hancur. Bagi Maslow, cinta menyangkut suatu hubungan sehat dan penuh kasih mesra antara dua orang, termasuk sikap saling percaya. Seringkali cinta menjadi rusak jika salah satu pihak merasa takut jika kelemahan-kelemahan serta kesalahan-kesalahannya. Maslow juga mengatakan bahwa kebutuhan akan cinta meliputi cinta yang memberi dan cinta yang menerima. Kita harus memahami cinta, harus mampu mengajarkannya, menciptakannya dan meramalkannya. Jika tidak, dunia akan hanyut ke dalam gelombang permusuhan dan kebencian<sup>17</sup>.

### **Kebutuhan Akan Penghargaan dan Kebutuhan Akan Aktualisasi Diri**

Setelah kebutuhan dicintai dan dimiliki tercukupi, selanjutnya manusia akan bebas untuk mengejar kebutuhan egonya atas keinginan untuk berprestasi dan memiliki prestise. Maslow menemukan bahwa

---

<sup>15</sup> Hartiah Haroen, ed. (2008). *Teknik Prosedural Keperawatan: Konsep dan Aplikasi Kebutuhan Dasar Klien*. Salemba Humanika. hlm. 2. ISBN 978-979-3027-53-1

<sup>16</sup> G. Goble, Frank (1987). A. Supratiknya, ed. *MazhabK etiga, Psikologi Humanistik Abraham Maslow*. Kanisius. hlm. 71.

<sup>17</sup> G. Goble, Frank (1987). A. Supratiknya, ed. *Mazhab Ketiga, Psikologi Humanistik Abraham Maslow*. Kanisius. hlm. 71.

setiap orang yang memiliki dua kategori mengenai kebutuhan penghargaan, yaitu kebutuhan yang lebih rendah dan lebih tinggi; Kebutuhan yang rendah adalah kebutuhan untuk menghormati orang lain, kebutuhan akan status, ketenaran, kemuliaan, pengakuan, perhatian, reputasi, apresiasi, martabat, bahkan dominasi; Kebutuhan yang tinggi adalah kebutuhan akan harga diri termasuk perasaan, keyakinan, kompetensi, prestasi, penguasaan, kemandirian dan kebebasan; Sekali manusia dapat memenuhi kebutuhan untuk dihargai, mereka sudah siap untuk memasuki gerbang aktualisasi diri, kebutuhan tertinggi yang ditemukan Maslow.

Tingkatan terakhir dari kebutuhan dasar Maslow adalah aktualisasi diri, yaitu kebutuhan untuk membuktikan dan menunjukkan dirinya kepada orang lain. Pada tahap ini, seseorang mengembangkan semaksimal mungkin segala potensi yang dimilikinya. Kebutuhan aktualisasi diri adalah kebutuhan yang tidak melibatkan keseimbangan, tetapi melibatkan keinginan yang terus-menerus untuk memenuhi potensi. Maslow melukiskan kebutuhan ini sebagai hasrat untuk semakin menjadi diri sepenuhnya kemampuannya sendiri, menjadi apa saja menurut kemampuannya. Awalnya Maslow berasumsi bahwa kebutuhan untuk aktualisasi diri langsung muncul setelah kebutuhan untuk dihargai terpenuhi<sup>18</sup>.

## ANALISIS

Dalam teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow yang menjadi kebutuhan psikologi manusia adalah kebutuhan akan rasa memiliki dan kasih sayang (*sosial needs*), kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*) dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*). Apakah media sosial sebagai gaya hidup mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan psikologi manusia khususnya bagi generasi milenial.

Teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow ini mencoba menjelaskan motivasi manusia dan didasarkan pada kebutuhan manusia untuk memenuhi kebutuhan bawah sesuai prioritas, dimulai dengan kebutuhan fisiologis dasar dan berpuncak pada aktualisasi diri. Teori ini didasarkan pada gagasan bahwa kebutuhan tingkat yang lebih rendah harus dipenuhi sebelum orang dapat keinginan dan mengatasi kebutuhan tingkat yang lebih tinggi berikutnya. Apakah Sosial media sebagai gaya

---

<sup>18</sup>Feist, Jess (2010). *Teori Kepribadian: Theories of Personality*. Salemba Humanika. hlm. 331. ISBN 978-602-8555-18-0.

hidup mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan psikologi manusia sesuai dengan teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow khususnya bagi generasi milenial.

Dimulai dari paling bawah yaitu kebutuhan fisiologis Manusia sama seperti semua makhluk hidup lainnya, dimotivasi terlebih dahulu oleh kelangsungan hidup. Dengan demikian, mudah dipahami bahwa kebutuhan fisiologis seperti makanan dan air berada di dasar piramida kebutuhan manusia. Bisa dipastikan manusia yang menggunakan media sosial dalam hal ini telah terlebih dahulu memenuhi kebutuhan fisiologisnya.

Teori Maslow tampaknya intuitif dan, karenanya, dapat dipercaya. Tetapi kesederhanaan yang sama itulah yang membuatnya salah. Di antara banyak kritik adalah Kebutuhan sering dikejar non-hierarkis dan Teori ini tidak membahas peran koneksi sosial. Teori Maslow menunjukkan bahwa ada kebutuhan universal yang berlaku terlepas dari budaya<sup>19</sup>. Namun, itu bertentangan dengan asumsi Maslow bahwa orang mengejar dan memenuhi kebutuhan mereka dalam urutan yang ketat.<sup>20</sup>

“Meskipun kebutuhan paling mendasar mungkin mendapatkan perhatian paling banyak saat manusia tidak memilikinya,” “manusia tidak perlu memenuhinya untuk mendapatkan manfaat dari yang lain.” Bahkan ketika manusia lapar, misalnya, manusia bisa bahagia dengan teman-temannya. “teman-teman seperti vitamin,” tentang bagaimana kebutuhan bekerja secara mandiri. “manusia membutuhkan mereka semua kritik kedua, teori Maslow tidak memberikan kredit yang cukup untuk koneksi sosial dan kolaborasi dalam teorinya tentang motivasi manusia. Koneksi diperlukan untuk memenuhi kebutuhan kita yang paling mendasar: kelangsungan hidup.<sup>21</sup>

Versi teori Maslow yang “diperbarui” yang mengoreksi kesalahan struktur hierarkis dan kebutuhan akan koneksi. Kebutuhan untuk memiliki bukanlah kebutuhan tingkat ketiga, melainkan kebutuhan yang esensial. Semua kebutuhan manusia bergantung pada koneksi manu-

---

<sup>19</sup> Ed Diener., “Happiness: Unlocking the Mysteries of Psychological Wealth” *Journal of Personality and Sosial Psychology*

<sup>20</sup> Cherry, K. (2015). *Memperbarui Hirarki Kebutuhan Maslow*.

<sup>21</sup> Rutledge, PB (2011). *Jejaring Sosial: Apa yang Maslow Rindukan*.

sia. Sejak awal, manusia tidak mungkin berburu rusa, menggiring sapi, memanen tanaman, atau mengalami cinta tanpa persahabatan dan kolaborasi. Melalui koneksi sosial untuk memenuhi kebutuhan psikologis manusia.<sup>22</sup>

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek ilmiah, di mana peneliti merupakan instrumen kunci, sedangkan metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi dan wawancara. Lokasi penelitian ini adalah di Institut Agama Kristen Negeri Manado, di mana ada enam belas dosen yang masuk kategori Generasi Milenial dengan Sekitaran lahir di tahun 1985-1993 atau dengan kategori umur 25-35 tahun, Terbagi berdasarkan jenis kelamin delapan orang perempuan dan delapan orang laki-laki, dari keenam belas dosen tersebut enam orang telah berstatus menikah, terbagi dari beberapa suku yaitu Minahasa, Batak, Sangehe dan Papua, dan dari keenam belas dosen mayoritas memiliki status kepangkatan sebagai sistem ahli dalam penelitian ini yang digunakan adalah observasi partisipatif, di mana peneliti mengamati apa yang dikerjakan, mendengarkan apa yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang dilakukan. Dalam pengamatan dalam kurun waktu tiga bulan yaitu dari bulan September sampai dengan Desember 2018 yang peneliti lakukan pada beberapa dosen milenial di Institut Agama Kristen Negeri Manado, pada umumnya memiliki sosial media, sebagian besar memiliki sosial media *facebook*, beberapa memiliki media sosial *instagram* dan *twitter*. Dalam kesehariannya para dosen milenial ini aktif dalam media sosial khususnya *facebook* baik membagikan foto ataupun sekedar posting tentang keseharian. Memiliki teman di media sosial lebih dari seratus orang. Setiap hari minimal mengunggah satu postingan.

Berdasarkan wawancara, dalam penelitian ini teknik wawancara yang dilakukan adalah dengan teknik wawancara mendalam yaitu *in depth interview* yaitu proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan menggunakan pedoman atau *guide* wawancara di mana dalam hal ini peneliti terlibat dalam kehidupan sosial yang sama. Wawancara terhadap beberapa dosen milenial

---

<sup>22</sup> Rutledge, PB (2011). *Jejaring Sosial: Apa yang Maslow Rindukan*.

tentang manfaatnya memiliki media sosial, untuk berinteraksi dengan teman-teman, menjalin persahabatan dengan mengetahui informasi terkini antar sesama teman dalam media sosial<sup>23</sup>. Manfaat yang didapatkan dengan memiliki media sosial adalah bisa menyalurkan pendapat pada kolom *status update*<sup>24</sup>, dengan memiliki media sosial bisa menjadi sarana menyimpan kenangan dengan mengupload foto-foto ke dalam media sosial. Memiliki teman di sosial media memudahkan untuk menjalin komunikasi dengan teman lama yang sudah berada jauh sehingga bisa berkomunikasi kembali juga bisa menjalin hubungan yang baru dengan menambah teman baru, sangat membantu dalam menjalin hubungan bahkan untuk mencari seorang pasangan hidup dengan media sosial bisa memperbanyak peluang karena bisa bertemu dengan banyak orang dari seluruh dunia dengan cara yang mudah dan singkat.<sup>25</sup>

Dari hasil wawancara sebagai generasi milenial yang aktif menggunakan media sosial yaitu facebook dan instagram dengan membagikan sebuah foto di media sosial dan mendapat banyak *likes* dengan kata lain banyak yang menyukai unggahan foto tersebut memberikan rasa kebanggaan tersendiri sehingga menambah kepercayaan diri dan ingin memposting kembali.<sup>26</sup> Dengan banyak komentar dan berbagi cerita dalam media sosial memberikan rasa dihargai jika banyak yang setuju dengan pendapat yang di bagikan di media sosial.<sup>27</sup>

Media sosial menjadi cara yang mudah untuk menunjukkan diri kepada orang lain, semua potensi yang dimiliki bisa dituangkan di media sosial, jika memiliki pendapat bisa dibagi sebagai status di sosial media dengan sosial media bisa menjadi apa saja menurut kemampuan masing-masing. Dengan eksis di media sosial bagi dosen-dosen milenial bisa menambah pertemanan, hubungan sosial yang baik, menambah harga diri.<sup>28</sup>

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan RS.

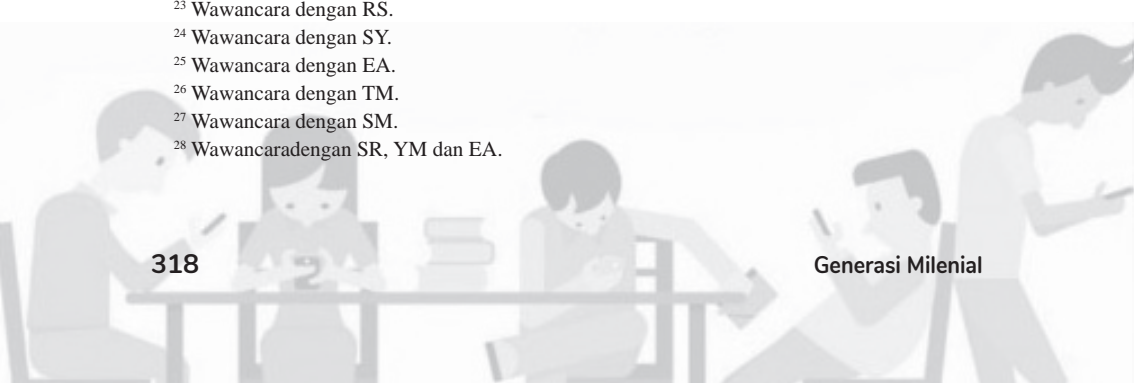
<sup>24</sup> Wawancara dengan SY.

<sup>25</sup> Wawancara dengan EA.

<sup>26</sup> Wawancara dengan TM.

<sup>27</sup> Wawancara dengan SM.

<sup>28</sup> Wawancara dengan SR, YM dan EA.





## **PENUTUP**

Gaya Hidup Generasi Milenial ditinjau dari eksistensi di media sosial dilihat dari teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow mampu memenuhi beberapa kebutuhan psikologi manusia. Dengan media sosial generasi milenial bisa menjalin hubungan sosial yang baik dengan sesama teman dalam satu media sosial, menambah kepercayaan diri karena merasa ada dukungan dari sesama teman dalam media sosial jika memposting atau memberikan pendapat.

Dengan media sosial para generasi milenial merasa terkoneksi dengan dunia luas mampu menunjukkan potensi dirinya sepenuhnya, bisa menjadi apa saja yang diinginkan dan menunjukkan pada dunia tentang potensi atau kemampuan yang dimilikinya. Untuk beberapa hal media sosial sebagai alat yang membantu manusia menambah harga dirinya bahkan mengaktualisasikan dirinya akan tetapi harus disadari bahwa media sosial bisa jadi tidak mencerminkan situasi atau kondisi yang sebenarnya, oleh sebab itu disarankan untuk tidak menjadikan media sosial sebagai kenyataan yang sebenarnya. Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow mampu mengindikasikan pemenuhan kebutuhan generasi milenial akan tetapi jika ditinjau dari gagasan pada tingkatan kebutuhan generasi milenial bisa saja terjadi tidak sesuai dengan tingkatan kebutuhan sesuai dengan hierarki kebutuhan Abraham Maslow.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Asher, N. (2014). *Hierarki Kebutuhan Maslow di Media Sosial*. Diperoleh 29 Januari 2016, dari <http://roarlocal.com/maslows-hierarchy-sosial-media/>
- Cherry, K. (2015). *Memperbarui Hirarki Kebutuhan Maslow*. Diperoleh 29 Januari 2016, dari <http://psychology.about.com/od/humanist-personality/fl/Updating-Maslowsquos-Hierarchy-of-Needs.htm>.
- Denning, S. (2012). *Apa yang Maslow Hilang*. Diperoleh 29 Januari 2016, dari <http://www.forbes.com/sites/stevedenning/2012/03/29/what-maslow-missed/#510a4b46455a>

- Featherstone, Mike. (2005). *Consumer Culture and Postmodernism*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Off Set.
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010) “*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Sosial Media*”. Business Horizons.
- Rahmat Hidayat, Deden (2011). Zaenudin A. Naufal, ed. *Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling*. Ghalia Indonesia. hlm. 165–166. ISBN 978-979-450-654-7.
- Plotnik, Rod (2014). *Introduction to Psychology, 10th Edition*. Wadsworth. hlm. 332. ISBN 978-1-133-94349-5.
- Rutledge, PB (2011). *Jejaring Sosial: Apa yang Maslow Rindukan*. Diperoleh 29 Januari 2016, dari <https://www.psychologytoday.com/blog/positive-media/201111/sosial-networks-what-maslow-misses-0>
- Statista. (2016). *Jejaring sosial global terkemuka 2016* | Statistik. Diperoleh 31 Januari 2016, dari <http://www.statista.com/statistics/272014/global-sosial-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Vande Walle, S. (2015). *Membongkar Teori Hirarki Kebutuhan Maslow*. Diperoleh 29 Januari 2016, dari <https://stefeducation.wordpress.com/2015/04/24/debunking-maslows-hierarchy-of-needs-theory/>