

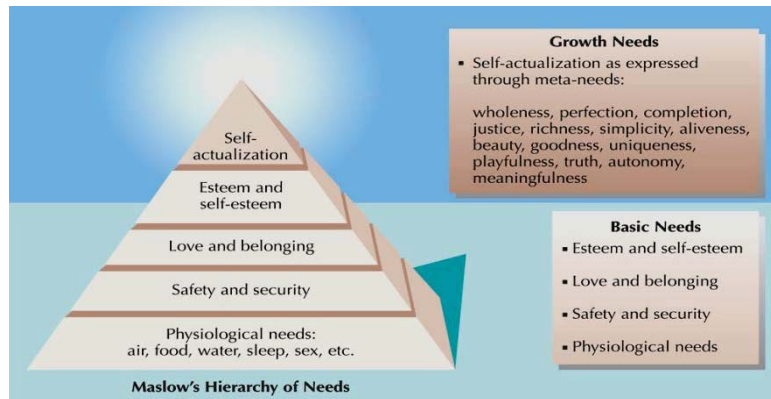
Menelisik Peran Uang Dalam Menyelimuti Kebahagiaan Seseorang: Perspektif Psikologi Positif

Taufik Akbar Rizqi Yunanto, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Wabah COVID-19 telah memaksa semua pihak untuk dapat beradaptasi dengan kondisi yang penuh ketidakpastian. Dari beradaptasi dengan belajar dari rumah, bekerja dari rumah, olahraga dari rumah, dan sebagainya. Proses adaptasi dengan kondisi tersebut kemudian memengaruhi segala aspek kehidupan masyarakat, seperti pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang justru meningkat karena pandemi COVID-19 ini, serta terbatasnya kebutuhan untuk bekerja karena harus menerapkan *social* dan *physical distancing*.

Dampak pembatasan sosial akhirnya berdampak pada sektor ekonomi masyarakat. Penghasilan mereka menjadi berkurang, bahkan tidak mendapatkan penghasilan sama sekali. Hal ini kemudian memengaruhi emosi masyarakat yang justru dikuasai oleh emosi negatif. Dalam bagian selanjutnya kita akan membahas bagaimana kebahagiaan seseorang yang seakan-akan direnggut “semata-mata” karena uang. Apakah ada kaitannya? Mari kita simak!

Sulit Bahagia di Tengah Pandemi COVID-19, Mengapa?



Gambar 2.1. Hierarki Kebutuhan Maslow (Feist & Feist, 2014)

Berdasarkan Gambar 2.1 kita dapat memahami pendapat Maslow (dalam Feist & Feist, 2014) yang mengatakan bahwa manusia akan merasakan adanya ketegangan ketika kebutuhan dasarnya tidak terpenuhi (kebutuhan untuk makan, minum, bernapas, tidur, dan sebagainya). Semua kebutuhan dasar tersebut dapat kita penuhi dengan uang.

Di tengah pandemi COVID-19 yang serba terbatas dan banyaknya karyawan yang penghasilan menurun atau bahkan PHK, akan memunculkan tindak kejahatan seperti pembunuhan. Hal ini dapat muncul karena rasa frustrasi tidak terpenuhinya kebutuhan dasar. Maslow (dalam Griffin, 2012) menjelaskan bahwa kegagalan atau kekurangan dalam memenuhi kebutuhan dasar membuat individu merasakan ketegangan dalam dirinya. Maslow (dalam Feist & Feist, 2014) menyatakan bahwa kegagalan dalam memenuhi kebutuhan akan penghargaan berdampak pada munculnya keraguan diri, tidak menghargai diri, dan

kurangnya rasa percaya diri. Maslow (dalam Lantos, 2011) juga menjelaskan jika kebutuhan penghargaan tidak terpenuhi, maka seseorang akan merasa dirinya lebih rendah dari orang lain, lemah, tak berdaya dan tak berharga.

Kita dapat memahami bahwa ternyata untuk memenuhi kebutuhan dasar kita sebagai manusia butuh yang namanya uang. Uang seakan menjadi alat utama untuk kita mendapatkan kebutuhan dasar kita. Jika kita telusuri dari sejarahnya, kenapa sih kok kita ini selalu memprioritaskan uang? Ternyata dari sektor ekonomi dulu, pembangunan ekonomi yang sudah terbentuk di Indonesia memunculkan sindrom “mentalitas pertumbuhan”.

Apa itu mentalitas pertumbuhan? Mentalitas pertumbuhan adalah *mindset* yang memiliki orientasi bahwa hidup manusia itu harus terus bertumbuh agar dapat bertahan hidup. Jika kita tidak bertumbuh, maka kita akan hidup sengsara. Inilah yang kemudian memunculkan kehidupan masyarakat yang hidup seperti mementingkan dirinya sendiri. Bekerja keras mencari uang, bekerja hingga larut malam bahkan dari pagi hingga ketemu pagi lagi. Orang-orang yang berorientasi pada pekerjaan ini banyak terjadi pada usia-usia produktif masa dewasa.

Menurut Monks dan Smith (2006) individu yang berada dalam rentang umur dewasa, berbeda dengan dunia remaja yang masih berfokus pada sekolah. Seseorang yang telah memasuki usia dewasa mulai menghadapi dunia kerja yang penuh dengan tantangan dan berbagai kewajiban bermasyarakat. Menurut Super (dalam Santrock, 2011) individu yang telah memasuki usia produktif semakin fokus dan pilihan kariernya dipersempit, artinya individu sudah fokus pada satu bidang karier saja. Kita sadari tiap individu memiliki kebutuhan yang beragam, unik, dan selalu berubah seiring berkembangnya zaman. Hal ini yang terkadang individu yang masuk dalam usia dewasa luput dengan hal tersebut.

Pekerjaan merupakan suatu yang sudah menjadi aspek wajib pada diri manusia. Dengan bekerja seseorang dapat terus bertahan hidup dan memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Selain itu dengan bekerja seseorang dapat mencapai sesuatu yang ingin dicapai dan selalu mencari kepuasan untuk lebih baik dari sebelumnya (dalam Anoraga, 2009). Menurut Jacinta (dalam Dudija, 2011) orang yang bekerja terutama mengejar finansial untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, bersosialisasi dengan orang lain, dan untuk mengaktualisasikan diri.

Menurut Robbins dan Judge (2009) kecerdasan emosional ternyata memiliki peranan penting terkait dengan pekerjaan. Semakin tinggi kecerdasan emosional seseorang maka kinerja seseorang akan semakin baik. Dalam pekerjaan paruh waktu pun dapat diterapkan. Intinya selama itu masuk dalam dunia kerja, maka dapat diterapkan. Terkadang juga dalam suatu pekerjaan, emosi memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan di dunia kerja (Luthans, Vogelgesang, & Lester, 2006). Emosi pun selama ini sering dianggap sebagai sesuatu yang negatif. Padahal menurut Robbins dan Judge (2009) emosi terdiri emosi positif dan emosi negatif. Emosi positif terkait dengan rasa senang dan merasa hidup tenang, sedangkan emosi negatif terkait kegelisahan atau kekhawatiran dalam menghadapi suatu tantangan.

Melihat klasifikasi emosi, ternyata emosi positif yang diterapkan dalam lingkungan kerja membawa suasana yang menyenangkan. Pada prinsipnya, seseorang yang mengalami emosi positif akan menjadi lebih terbuka pikirannya dan kreatif. Lingkungan kerja positif memungkinkan pekerjanya pun termotivasi (Robbins & Judge, 2009).

Dalam gambaran situasi yang ada dalam dunia kerja, dapat kita lihat bahwa ternyata emosi memegang peranan

penting bagi pekerja. Semua dilakukan demi memenuhi kebutuhan dasarnya. Orientasi hidup menjadi serakah, tidak peduli pada sesama manusia yang membutuhkan sehingga ini mengabaikan salah satu bentuk perilaku prososial yang terkait dengan sifat berbagi. Miris bukan? Ya memang inilah yang terjadi apalagi ditambah dengan adanya pandemi COVID-19 ini. Inilah yang kemudian memunculkan kelelahan emosional pada diri manusia.

Situasi seperti ini memang sangat mungkin memunculkan kelelahan emosi. Orang dapat mengalami hal tersebut karena terlalu bekerja dengan intens dan bekerja melebihi waktu dari waktu yang seharusnya. Menurut Maslach dan Jackson (1981) orang yang mengalami kelelahan emosional memunculkan gejala seperti cemas setiap akan bekerja. Selain itu, hal tersebut ditandai dengan rasa tidak berdaya hingga menunjukkan tanda-tanda depresi. Sindrom kelelahan emosi ini kemudian dapat berujung pada *burnout*. Kelelahan emosi menjadi kunci dalam *burnout* (Maslach, Schaufeli, & Leiter, 2001). Hal ini semakin memicu seseorang untuk dikuasai oleh emosi negatif, apalagi di tengah kondisi pandemi COVID-19 yang penuh dengan ketidakpastian. Individu menjadi tidak senang dan prestasi kerjanya pun menurun sebagai dampak dari kelelahan emosi (Maslach & Jackson, 1981).

Memang kondisi sekarang memicu terjadinya kelelahan emosi pada diri seseorang. Ada yang bekerja dari rumah, ada yang tetap bekerja di kantor, bahkan melakukan keduanya secara bergantian. Kondisi tersebut akan memicu terjadinya stres yang bahkan tidak disadari dan sudah terlampaui berat (Pines & Maslach, 1978). Kontak sosial dengan orang lain, yang pada dasarnya kita sendiri merupakan makhluk social, pun menjadi menguras emosi kita sendiri. Orang yang mengalami kelelahan emosi seperti

itu memang berpotensi mengalami suatu gangguan psikologis.

Tuntutan keadaan saat ini semakin besar, gaji dipotong bahkan banyak karyawan “dirumahkan”. Hal ini banyak dirasakan oleh para pekerja, terutama pekerja sektor bawah. Penghasilan yang berkurang menjadi momok bagi masyarakat karena menjadi sulit untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Terkadang pun tekanan tugas yang kemudian mendadak semua menjadi daring (dalam jaringan) memunculkan permasalahan baru yang memicu stres. Rumah yang sebelumnya hanya dijadikan tempat untuk beristirahat, sekarang dijadikan tempat untuk bekerja pula. Kondisi ini membuat karyawan bingung dalam menjalankan perannya di dalam keluarga; di satu sisi harus mengurus rumah dengan baik, tapi di lain sisi harus bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup harian dan semua itu dilakukan dalam satu tempat khususnya bagi yang bekerja dari rumah.

Kebutuhan akan finansial itulah yang mendasari seseorang bekerja. Kelelahan emosi yang terjadi pada seseorang yang harus bekerja di tengah pandemi COVID-19 ini merupakan kelelahan individu dalam beradaptasi dengan kebiasaan baru. Emosi yang terkuras habis dan ditandai rasa tidak sanggup untuk melanjutkan hidup yang nantinya dapat berujung pada depresi. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan dengan melihat kondisi di tengah pandemi seperti ini, sebagian besar masyarakat yang bekerja mengalami tekanan dari pekerjaan dan juga dari keluarga. Hal ini tentu berlaku bagi orang yang sudah berkeluarga.

Kelelahan emosi yang muncul pada seseorang yang bekerja demi mendapatkan uang ditandai dalam bentuk sulit konsentrasi, kebosanan, *insecure*, galau, dan berbagai emosi negatif yang muncul. Beban emosi yang terlalu berat

mengakibatkan seseorang sulit untuk bahagia. Padahal kebahagiaan yang merupakan emosi positif ini harus dirawat dan muncul dari dalam diri kita untuk menghadapi berbagai tantangan kehidupan di tengah pandemi COVID-19 ini.

Pribadi yang Positif Dalam Menghadapi Tantangan Pandemi COVID-19

Istilah *happiness* atau kebahagiaan seringkali dikaitkan dengan aliran baru di bidang psikologi, yaitu psikologi positif yang lebih menekankan pada aspek positif karakteristik yang dimiliki manusia. Hingga saat ini terdapat banyak pengertian mengenai kebahagiaan. Hurlock (2004) mengatakan bahwa kebahagiaan merupakan gabungan dari adanya sikap menerima (*acceptance*), kasih sayang (*affection*) dan prestasi (*achievement*). Sikap menerima orang lain dipengaruhi oleh sikap menerima diri sendiri dalam penyesuaian sosial. Dalam penyesuaian sosial itu diperlukan adanya daya tarik fisik yang akan menimbulkan rasa cinta dan penerimaan dari orang lain, sedangkan cinta merupakan hasil sikap penerimaan orang lain di dalam lingkungan. Selain itu, prestasi juga salah satu esensi kebahagiaan. Prestasi ini timbul karena adanya kerja keras, pengorbanan, kompetensi dan mempunyai tujuan yang realistis. Ketiga esensi kebahagiaan ini harus dapat dijalani secara bersamaan.

Menurut Seligman (2004) kebahagiaan adalah keadaan psikologis yang positif yaitu ketika seseorang memiliki emosi positif berupa kepuasan hidup dan juga pikiran, dan perasaan yang positif terhadap kehidupan yang dijalannya. Emosi positif bisa tentang masa lalu, masa sekarang, atau masa depan. Dengan mempelajari ketiga macam kebahagiaan ini, seseorang bisa menggerakkan emosi kearah yang positif dengan mengubah perasaan tentang masa lalu, cara berpikir tentang masa depan, dan cara menjalani masa sekarang. Kebahagiaan jangka panjang

muncul meningkat sejalan dengan banyaknya emosi positif yang dialami seseorang pada saat mengingat masa lalu, menatap masa mendatang, dan menjalani masa kini. Emosi positif tentang masa lalu mencakup kepuasan, kelegaan, kesuksesan, kebanggaan dan kedamaian.

Berdasarkan pandangan Seligman tersebut kita dapat memahami bahwa kebahagiaan sesungguhnya dapat bersumber dari mana saja. Tidak semata-mata datang dari uang saja. Individu yang positif yang dapat menerima dirinya, mendapat kasih sayang, dan apresiasi menjadi tiga komponen yang dapat membuat individu menjadi bahagia. Seperti yang dikemukakan oleh Peterson dan Seligman (2004) bahwa karakter individu yang positif yaitu individu yang memiliki harapan. Di tengah pandemi COVID-19 ini membuat individu sulit untuk memiliki harapan.

Keputusan akibat dari ketidakpastian akan pandemi ini semakin membuat individu bertanya-tanya “kapan ya pandemi ini selesai, kapan ya bisa ketemu lagi ma temen-temen, kapan ya bisa liburan” dan masih banyak lagi “kapan” yang terjadi pada diri individu. Akan tetapi, hal ini bukan berarti tidak mungkin dilakukan. Individu yang tetap menjaga harapannya, tetap berpikiran bahwa nanti suatu saat pasti bisa kembali lagi melakukan banyak hal bersama teman-teman merupakan modal yang penting untuk menumbuhkan karakter individu yang positif.

Selanjutnya terkait dengan individu yang resilien. Individu resilien adalah orang yang dapat menangani permasalahan yang ada pada dirinya dengan cara tidak seperti orang kebanyakan dan lebih bersifat pribadi dan kreatif. Seseorang yang bahagia mampu menyelesaikan setiap permasalahan yang dialaminya dan dapat menjalankan rencana yang telah dibuatnya dalam rangka pemecahan masalahnya.

Karakter pribadi yang positif selanjutnya yaitu kebersyukuran. Tipe kekuatan ini berarti individu akan jarang merasa diperlakukan tidak adil atau dikecewakan

dalam kehidupan. Seseorang yang memiliki kepuasan hidup yang tinggi cenderung melihat kegagalan sebagai pengalaman yang berguna dan kegagalan tersebut mendorong untuk melakukan usaha yang lebih baik dari sebelumnya.

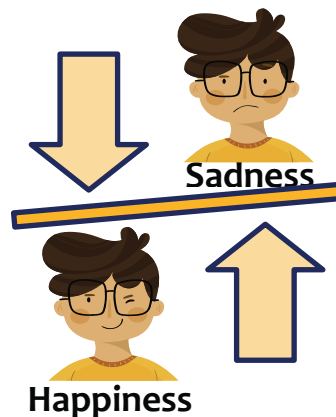
Karakter pribadi positif yang terakhir yaitu spiritualitas. Hal ini berarti individu yang mampu mencapai kebahagiaan, perlu menjalin hubungan yang baik pada semesta maupun pada Tuhan. Menerima segala bentuk tantangan dan kasih sayang yang diberikan merupakan ciri individu yang dapat menjaga hubungan dengan Sang Pencipta.

Emosi... Ditolak atau Berdamai Dengannya?

Dalam situasi yang penuh tantangan seperti pandemi COVID-19 ini memang membuat kita seperti seakan-akan mudah sekali dikuasai oleh emosi. Pekerjaan yang tiba-tiba terhenti karena “dirumahkan” atau kena PHK, dan penghasilan yang menurun ini memunculkan perasaan *insecure*, gelisah, galau, marah, sedih, dan berbagai emosi negatif lainnya. Tidak hanya dirasakan oleh orang yang bekerja saja, bagi orang yang tidak bekerja pun misalnya sebagai seorang anak tentu akan merasakan hal yang sama. Ketika tahu orangtua tidak mampu memberikan uang saku, memenuhi kebutuhan keluarga, membayar uang pendidikan, semua hal itu menjadi campur aduk sehingga berdampak pada konflik. Emosi-emosi yang dirasakan pun kemudian disembunyikan agar seakan-akan “I’m fine, it’s ok”, tapi apakah itu baik bagi kita?

Ada suatu stigma yang melekat pada masyarakat mengenai emosi negatif. Emosi negatif itu diibaratkan sebagai musuh yang menyerang, sementara kita cenderung enggan untuk merasakan emosi negatif yang hadir. Cara termudah adalah untuk menolak dan tidak mengakui hadirnya emosi tersebut. Emosi negatif dianggap sebagai parasit yang harus dibasmi. Emosi negatif muncul dari

respons kita terhadap suatu kejadian yang tidak menyenangkan sehingga muncul *mood* yang buruk. Kejadian seperti saat tidak ada uang sama sekali, hilang pekerjaan, orangtua ribut di rumah, atau kehilangan hal yang berharga bagi kita. Cakupan emosi negatif adalah perasaan sedih, kehilangan, frustrasi, kecemasan, kekecewaan, kemarahan dan ketakutan.



Gambar 2.2. Kualitas Disposisional Emosi (Ekman, 1999)

Ekman (1999) mengatakan bahwa masyarakat dan bahkan diri sendiri seringkali menghakimi emosi negatif sebagai suatu hal yang buruk. Saat emosi negatif menyapa, kita cenderung ingin mengusirnya dan cuek, berharap seakan-akan bisa hilang dengan sendirinya. Kebiasaan tersebut tentu bisa berdampak pada kemampuan ketahanan mental diri dalam menghadapi kejadian buruk.

Jika kita lihat dari Gambar 2.2, sebenarnya individu yang bahagia yaitu individu yang mampu berdamai dengan emosi negatifnya. Ketika ia dapat berdamai dengan emosi negatif, maka emosi positif pun akan muncul. Ketika ada keseimbangan antara kedua emosi ini maka kebahagiaan yang akan kita dapatkan. Tentu ini yang diharapkan oleh

kita semua bukan? Bisa terus bahagia dalam menghadapi situasi yang penuh dengan tekanan ini.

Mungkin Anda bertanya-tanya, bagaimana sih caranya untuk berdamai dengan emosi negatif yang muncul biar kita bisa tetep bahagia? Nah coba simak penjelasan berikut ini. Pertama, kita perlu menyadari pikiran dan emosi yang berulang. Pengulangan secara terus-menerus kejadian pada pikiran kita yang memunculkan emosi negatif dinamakan dengan ruminasi. Ruminasi adalah bentuk respons diri terhadap suatu stres yang dilakukan dengan cara memikirkan kejadian yang membuat kita stres secara berulang-ulang. Kita memikirkan kejadian ketika kita kecil dulu dikecewakan oleh orang tua, kemudian muncul rasa marah dan benci pada diri kita. Kemudian kita berpikiran buruk tentang orang tua kita secara berulang-ulang. Baiknya kita mulai menyadari kalau sedang terjebak dalam lingkaran “setan”. Penyesalan membuat kita menghentikan siklus lingkaran “setan” tersebut. Penyesalan diibaratkan jadi langkah awal dalam menghadapi emosi negatif yang muncul.

Dalam kondisi pandemi seperti sekarang ini, sangat dimungkinkan kita kemudian *me-recall* kejadian-kejadian di masa lalu bahkan cenderung suatu *unfinished bussiness* dalam diri kita. Kenapa? Saat ini kita lebih banyak waktu di rumah, waktu kita untuk berdiam diri pun lebih banyak. Ditambah kondisi pandemi ini merupakan kondisi yang membuat kita sangat mudah diselimuti emosi negatif.

Kedua, berilah label pada perasaan Anda. Kita merasa *insecure* dengan kondisi pandemi ini sehingga muncul berbagai perasaan yang datang. Rasanya campur aduk seperti, marah, sedih, kesal, atau kecewa menjadi satu. Saat dirundung kegalauan, berilah label pada emosi kita, seperti “*Aku merasa marah*” atau “*Aku merasa kecewa*”. Memberikan label bermanfaat untuk memberikan jarak antara diri dan emosi yang ada. Apabila kita bisa

membedakan diri kita dengan emosi yang ada, kita bisa lebih berpikir secara objektif mengenai emosi yang muncul.

Ketiga, menerima emosi negatif yang muncul. Hal ini akan memudahkan kita untuk melaluinya. Dari emosi negatif inilah kita akan belajar bahwa emosi yang datang walaupun pahit, harus kita terima dan rangkul. Ketika kita mampu untuk menerimanya, di situlah kita belajar sesuatu. Bentuk penerimaan bisa diwujudkan dengan kita terbuka untuk merasakan perasaan tidak nyaman dari emosi negatif tanpa ada perlawanan diri. Awalnya memang terasa sulit untuk mengikhlaskan keadaan, namun, penerimaan akan memunculkan perasaan lega dan damai dengan diri.

Keempat, setelah diterima maka kita maknai emosi tersebut. Memaknai berarti kita memberikan waktu untuk merefleksikan diri tentang emosi yang ada. Setiap kejadian yang ada tentu membawa suatu pelajaran bagi diri kita. Adanya pemaknaan membuat kita menjadi dewasa secara emosional. Setiap emosi yang hadir mempunyai tujuannya sendiri. Kerelaan diri terhadap setiap kejadian memberikan kekayaan bermakna dalam menjalani hidup.

Kelima, bangkit dan teruskan perjuanganmu. Kita perlu menyadari bahwa roda kehidupan akan terus berputar. Baiknya kita tidak terus terlarut dalam emosi negatif yang muncul. Semua hal ada porsinya masing-masing. Apabila kita sudah merasa melampaui badai emosi negatif teruslah melanjutkan aktivitas. Kekuatan mental diri adalah saat kita bisa bangkit dari keterpurukan dan menjadi individu yang lebih baik.

Setiap manusia diberkahi dengan sejumlah emosi. Kita lebih terbiasa menggolongkan emosi menjadi emosi positif dan emosi negatif. Emosi merupakan suatu keadaan perasaan kompleks yang menghasilkan perubahan fisik dan psikologi yang dapat memengaruhi pikiran dan perilaku seseorang. Semua emosi yang hadir dalam kehidupan kita adalah suatu respons mengenai kejadian yang sedang terjadi. Emosi membantu kita sebagai umpan

balik atas kejadian yang berlangsung. Semua emosi penting, terlepas dari negatif atau positifnya emosi tersebut. Saat emosi negatif hadir selayaknya kita terbuka untuk menerimanya. Mengakui hadirnya emosi negatif, memberikan label pada emosi kita, memaknai kembali hadirnya emosi tersebut, dan lanjutkan hidupmu. Penerimaan itu memudahkan kita untuk melalui “badai” emosi negatif sehingga kita mampu menjalani hidup kita sebaik-baiknya.

Menyusuri Emosi Negatif Sebagai Titik Balik Kita untuk Bahagia

Ketika emosi negatif datang seperti marah, sedih, takut, cemas hingga putus asa, kita seringkali mengabaikan emosi-emosi tersebut dan lebih suka menyambut emosi positif yang cenderung membuat kita merasa nyaman. Padahal diri kita tidak dirancang demikian. Kita sebagai manusia membutuhkan kedua emosi baik emosi positif maupun negatif. Hal ini karena emosi-emosi tersebut ditujukan untuk sarana evaluasi diri akan hal-hal yang telah kita alami. Apabila kita terus menekan atau mengabaikan emosi-emosi negatif yang datang, tidak jarang akhirnya kita terjebak dalam lingkaran “kepura-puraan” atau istilah populer sekarang ini: *toxic positivity*. Hal ini membuat kita menjadi acuh, takut dan tidak terampil dalam mengelola emosi negatif yang muncul.

Era saat tekanan datang dari berbagai arah dan tuntutan adalah hal yang kita hadapi sehari-hari sebagai manusia, emosi negatif sangatlah wajar muncul bahkan berkali-kali. Namun, mengabaikan atau menekannya tentu bukanlah hal yang bijak. Akan ada sesuatu yang hilang, hampa, kosong apabila kita terbiasa mengabaikan emosi-emosi yang muncul dalam diri kita. Sebuah nilai untuk menjadi manusiawi terasa begitu sulit ketika tuntutan dari luar menuntut kita untuk selalu tampil dalam kondisi prima termasuk dalam sisi psikologisnya. Seringkali alih-

alih menerima emosi negatif yang muncul dalam diri, kita justru lari atau menutupinya dengan hal-hal yang bisa meredakan perasaan tersebut. Kita memilih kabur dari apa yang sebenarnya harus kita hadapi, yaitu emosi yang ada dalam diri kita sendiri. Namun, kebanyakan orang hal ini masih saja dilakukan dan “berhasil”. Seakan-akan ia “berhasil” menghadapi badai emosinya sendiri, tapi keberhasilan semu itu hanya akan menumpuk emosi-emosi yang tidak ia kelola dengan baik.

Kita bisa saja melupakan segala macam hal-hal yang membuat kita merasa tidak nyaman, tapi itu hanya sementara bukan selamanya. Karena ketidaknyamanan dalam hal ini emosi negatif adalah salah satu “alarm” bahwa diri kita sedang tidak baik-baik saja, saatnya kita kembali pada diri sendiri dan melihat apa yang sedang terjadi.

Seiring bertambahnya usia dan meningkatnya tanggung jawab kita bisa menjadi pemicu timbulnya rasa sedih serta emosi negatif lainnya. Terlalu banyak hal yang harus kita pikirkan, terlalu banyak hal yang mesti kita jaga dan terlalu banyak hal yang menuntut kita untuk menjadi “normal” dan terlihat baik-baik saja. Namun kembali lagi, kita sebagai manusia memiliki peran untuk mengelola emosi kita dengan baik, entah itu emosi negatif dan emosi positif.

Menjadi manusia seutuhnya tidak diartikan dengan menyingkirkan emosi-emosi negatif yang muncul. Justru dengan adanya emosi tersebut kita belajar untuk meresapi bahwa kita adalah manusia biasa yang tidak hanya bisa merasakan emosi positif saja, dan hal tersebut bukanlah sebuah keburukan yang harus ditutupi.

Emosi negatif biasanya sulit diekspresikan karena kita terbiasa untuk melenyapkannya atau merasa takut maupun malu terhadap emosi negatif yang cenderung dianggap sebuah kekurangan. Memberikan sebuah umpan balik yang positif untuk diri sendiri maupun orang lain bisa menjadi

salah satu cara untuk mengekspresikan emosi negatif yang muncul.

Perlu diingat bahwa emosi yang hadir dalam diri kita bukan hanya sebagai bentuk bagaimana kita merasakan sebuah emosi, tapi juga bagaimana kita mengalami sebuah pengalaman suatu emosi serta memberikan nilai atau makna terhadap segala hal yang terjadi dalam kehidupan kita.

Tidak ada salahnya untuk merasa sedih, marah, kecewa, takut maupun malu. Emosi-emosi yang kita kira membawa dampak buruk bagi kita bisa jadi merupakan tanda bahwa ada yang belum selesai dalam diri kita. Kita masih menyimpan isu-isu lama yang belum kita tuntaskan sehingga muncul emosi-emosi yang kita anggap negatif. Yang kita perlu lakukan adalah mengelola emosi-emosi tersebut hingga kita bisa menerimanya dan melepaskannya dengan baik.

Mari pikirkan kembali apakah kita sudah mengelola emosi kita dengan baik? Apakah emosi-emosi yang selama ini muncul telah kita terima dan lepaskan? Apakah emosi-emosi yang kita kira negatif memang benar-benar negatif? Apakah anggapan itu memang benar ataukah sebenarnya kita takut menghadapi diri kita sendiri? Dari emosi negatif inilah kita belajar bahwa hidup kita terus berjalan dan kita bisa merangkul emosi negatif itu untuk bahagia.

Bahagia... Apa Aja yang Harus Kulakukan Agar Tetap Bahagia

Kondisi pandemi ini kita justru bisa belajar berbagai hal. Emosi negatif yang datang bukan untuk dihindari, namun rangkullah itu. Uang bukan sebagai satu-satunya cara agar kita bisa bahagia. Nah, mau tahu bagaimana cara kita tetap bahagia di tengah pandemi ini? Ternyata menurut perspektif psikologi positif, untuk tetap bahagia kita tidak hanya memperhatikan diri sendiri, namun juga perlu mempertimbangkan aspek lain yang dapat mendukung kehidupan kita. Apa saja itu? Yuk mari simak!

1. Level Individu

Tentu pada level ini fokusnya adalah pada diri kita sendiri. Pada level ini kita perlu belajar mengenal diri kita sendiri. Menjaga emosi senang kita perlu dilakukan. Lakukanlah berbagai aktivitas yang menurut Anda menyenangkan. Jika senang olahraga, maka lakukanlah. Jika senang menonton film, lakukanlah, dan sebagainya. Selanjutnya sayangilah diri sendiri. Pahami bahwa dirimu adalah yang paling paham tentang dirimu sendiri. Paling minimal ketika dirimu merasa lelah, istirahatlah. Tidak perlu dipaksakan. Ketika kita mampu untuk menyayangi diri sendiri, maka kita selanjutnya siap untuk menyayangi orang lain. Rawatlah relasi antara dirimu dengan orang terdekatmu. Minimal pada orang terdekatmu sendiri, yaitu keluarga. Lakukanlah aktivitas yang menyenangkan bersama keluarga. Selain itu, jaga komunikasi dan silaturahmi dengan teman yang sudah lama tidak bertemu bisa menjadi salah satu acara. Menysukuri apa yang terjadi dengan segala keterbatasan yang ada seperti kondisi pandemi seperti ini. Apa sih yang bisa kita syukuri? Ya tentunya tiap dari kalian berbeda-beda. Mungkin Anda merasa bahwa sekarang bisa lebih meluangkan waktu untuk olahraga? Jadi bisa masak? Ya itu bisa jadi hal yang patut disyukuri. Jagalah harapanmu bahwa suatu saat nanti setelah pandemi ini berakhir kalian akan dapat bertemu lagi langsung dengan teman-temanmu, karena menjaga harapan merupakan suatu hal yang penting agar kita tetap terjaga emosi positifnya. Tentunya yang selanjutnya jangan lupa untuk tetap senyum dan tertawa. Tapi bukan tertawa sendiri lho. Perbanyaklah bacaan atau tontonan yang berbau komedi. Atau bercanda bersama teman juga bisa menjaga *sense of humor* kita. Jagalah itu agar

minimal pada level individu kita dapat tetap bahagia.

2. Level Keluarga

Mungkin selama ini kita belum sempat untuk meluangkan waktu kita bersama keluarga. Di tengah kesibukan orang-orang yang ada di rumah entah yang bekerja maupun sekolah. Sejatinya setiap keluarga memiliki visi, misi, dan tata nilai sebagai acuan dalam kita berperilaku di rumah. Tentu hal tersebut perlu disepakati bersama. Nah jika ini belum Anda buat maka saat ini sebenarnya waktu yang sangat tepat? Kenapa? Karena di tengah pandemi COVID-19 ini merupakan momentum kita banyak menghabiskan waktu kita di dalam rumah. Yuk sepakati bersama bersama keluarga kita tercinta, misalnya jam bekerja/belajar atau aktivitas yang dilakukan sendiri disepakati agar antar-anggota keluarga tahu agenda masing-masing. Seringkali ada ucapan seperti ini:

“Duh aku ada janji sama temanku Ma, Pa.”

“Yah papa ada meeting pulang malem.”

“Waduh mama ada arisan nih penting banget.”

Sering ga sih kita dengar atau bahkan mengucapkan hal tersebut dalam keluarga? Coba renungkan baik-baik. Sudah seberapa banyak kah kita membuat waktu bersama keluarga? Agar apa sih kesepakatan ini? Supaya dalam keluarga bisa melakukan aktivitas secara bersama-sama atau sering disebut dengan *family time*.

Keluarga adalah tempat pertama kali anak dikenalkan dan diajarkan banyak hal, khususnya oleh orang tua yang dianggap lebih banyak memiliki intensitas berinteraksi dengan anak. Mengobrol tentang cara bersyukur sambil santai di teras rumah

dengan penuh keakraban, pasti akan mudah bagi orang tua menanamkannya pada anak serta mudah pula bagi anak untuk memahami dan mempraktikannya. Ketika anggota keluarga melakukan kegiatan bersama, maka akan banyak interaksi yang terjalin. Apalagi yang dilakukan adalah sesuatu yang menyenangkan misalnya membuat kue spesial bersama-sama (Eitss...Tanpa gadget yaa). Pasti yang terjalin bukanlah interaksi biasa. Keakraban akan tercipta lebih natural sehingga kelekatan dan ikatan emosi akan semakin erat. Canda dan tawa akan hadir saat keluarga berkumpul apalagi kalau sambil bermain. Misalnya saja bermain pijat pundak, adik pijat pundak papa, papa pijat pundak mama, mama pijat pundak kakak (loh adik siapa ya yang pijat? pasti adik ditertawakan tuh). Asyik kan.

Memang tidak dapat dipungkiri kalau kebahagiaan pasti berdampak baik bagi kesehatan mental keluarga. Orang tua memang sudah seharusnya menyisihkan banyak waktu untuk anak-anak mereka. Memberikan pelukan hangat, cium kening, dongeng sebelum tidur dan sarapan pagi bersama akan menjadikan anak tidak kekurangan perhatian dan cinta serta merasa diri mereka berarti di dalam keluarga. Mengajak anak bercerita tentang aktivitasnya seharian, dapat membantu orang tua memahami apa yang anak butuhkan, harapkan, dan sering anak lakukan. Hal ini dapat sekaligus memantau tumbuh kembangnya, sehingga apabila anak mengalami perubahan ke arah yang negatif, orang tua dapat langsung mengarahkan dan memberi masukan yang positif. Yak, itu dia alasan kenapa *Family Time* itu penting. Gimana? Masih mau untuk tidak menyisihkan waktu untuk keluarga? Eh tapi kalau mama *tetep* lebih milih

arisan *bareng temen-temennya*, terus papa selalu lembur di kantor bahkan *weekend* pun kerjaan masih di bawa pulang gimana ya? Berarti harus cari solusinya dong.

3. Level Institusi

Dalam membangun emosi positif dalam diri memang tidak cukup jika dari level individu maupun lingkungan terdekat kita saja. Tapi dukungan dari pemangku kebijakan juga penting. Katakanlah seperti RT, RW, hingga pemerintah. Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini kita dapat melihat bagaimana dukungan dari berbagai pihak tersebut, terutama pemerintah. Pemerintah tidak bisa bekerja sendirian dalam menangani wabah COVID-19. Dukungan semua pihak menjadi hal yang sangat penting. Semua ini bukan hal yang mudah untuk kita semua tetapi saya amat percaya jika kita mampu melalui kesulitan ini bersama, kita justru akan menjadi bangsa yang semakin kuat dan siap menyongsong masa depan yang lebih sejahtera. Kegotongroyongan harus terus kita gaungkan, kepedulian warga juga terjadi di bidang ekonomi. Banyak yang membantu tetangganya dengan membeli produk yang dijualnya. Para tetangga penderita saling membantu dan tidak mengucilkan. Tindakan tersebut menurut Presiden merupakan contoh yang patut ditiru. Gerakan-gerakan saling bantu tersebut harus diangkat, dimunculkan ke permukaan, bukan untuk disombongkan, tetapi untuk menjaga harapan, dijadikan sebagai inspirasi dan akan bermanfaat jika dapat ditiru ulang oleh yang lain secara masif. Aksi-aksi solidaritas tersebut, menurut Presiden Jokowi, adalah penegas sifat dan kebesaran bangsa Indonesia yakni bangsa gotong royong, bangsa pejuang yang selalu

menemukan kekuatan dan solusi lokal di tengah berbagai krisis. Tentunya kita tidak menjadi semakin individualis, tetapi justru kita semakin peduli satu sama lain. Segala bentuk dukungan inilah yang kemudian akan mampu meningkatkan emosi positif kita menuju kebahagiaan yang sesungguhnya.

Daftar Pustaka

Bab 1

- Biswas-Diener, R., & Diener, E. (2001). Making The Best of a Bad Situation: Satisfaction in The Slums of Calcutta. *Social Indicators Research*, 55, 329–352. <https://doi.org/10.1023/A:1010905029386>
- Carter, T. J., & Gilovich, T. (2010). The Relative Relativity of Material and Experiential Purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(1), 146–159. <https://doi.org/10.1037/a0017145>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Hedonia, Eudaimonia, and Well-Being: An Introduction. *Journal of Happiness Studies*, 9, 1–11. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9018-1>
- Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2002). Will Money Increase Subjective Well-Being?: A Literature Review and Guide to Needed Research. *Social Indicator Research*, 57(2), 119–169.
- Diener, E. D., & Diener, C. (1995). The Wealth of Nations Revisited: Income and Quality of Life. *Social Indicators Research*, 36(3), 275–286. <https://doi.org/10.1007/BF01078817>
- Diener, E., & Lucas, R. E. (1999). Personality and Subjective Well-Being. In *Well-Being: Foundation of Hedonic Psychology* (pp. 75–102). https://doi.org/10.1007/978-90-481-2350-6_4
- Diener, E., & Lucas, R. E. (2000). Explaining Differences in Societal Levels of Happiness: Relative Standards, Need Fulfillment, Culture, and Evaluation Theory. *Journal of Happiness Studies*, 1(1), 41–78. <https://doi.org/10.1023/A:1010076127199>
- Diener, E., Lucas, R. E., & Scollon, C. N. (2006). Beyond the Hedonic Treadmill: Revising the Adaptation Theory of Well-Being. *American Psychologist*, 61(4), 305–314. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.61.4.305>

- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2009). Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being. In *The Science of Well-Being: The Collected Works of Ed Diener, Special Indicators Research Series 37* (pp. 201–265). <https://doi.org/10.1007/978-90-481-2350-6>
- Gilovich, T., Kumar, A., & Jampol, L. (2015). A wonderful life: Experiential consumption and the pursuit of happiness. *Journal of Consumer Psychology, 25*(1), 152–165. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.08.004>
- Howell, C. J., Howell, R. T., & Schwabe, K. A. (2006). Does Wealth Enhance Life Satisfaction for People Who are Materially Deprived? Exploring The Association Among The Orang Asli of Peninsular Malaysia. *Social Indicators Research, 76*, 499–524. <https://doi.org/10.1007/s11205-005-3107-0>
- Howell, R. T., & Hill, G. (2009). The mediators of experiential purchases: Determining the impact of psychological needs satisfaction and social comparison. *Journal of Positive Psychology, 4*(6), 511–522. <https://doi.org/10.1080/17439760903270993>
- Howell, R. T., & Howell, C. J. (2008). The Relation of Economic Status to Subjective Well-Being in Developing Countries: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin, 134*(4), 536–560. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.4.536>
- Huta, V. (2015a). An overview of hedonic and eudaimonic well-being concepts. In *Handbook of media use and well-being*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Huta, V. (2015b). The Complementary Roles of Eudaimonia and Hedonia and How They Can Be Pursued in Practice. In *Positive Psychology in Practice: Promoting Human Flourishing in Work, Health, Education, and Everyday Life: Second Edition* (pp. 159–182). <https://doi.org/10.1002/9781118996874.ch10>

- Huta, V., & Ryan, R. M. (2010). Pursuing Pleasure or Virtue: The Differential and Overlapping Well-Being Benefits of Hedonic and Eudaimonic Motives. *Journal of Happiness Studies*, *11*(6), 735–762. <https://doi.org/10.1007/s10902-009-9171-4>
- Huta, V., & Waterman, A. S. (2014). Eudaimonia and Its Distinction from Hedonia: Developing a Classification and Terminology for Understanding Conceptual and Operational Definitions. *Journal of Happiness Studies*, *15*(6), 1425–1456. <https://doi.org/10.1007/s10902-013-9485-0>
- Kumar, A., Killingsworth, M. A., & Gilovich, T. (2014). Waiting for Merlot: Anticipatory Consumption of Experiential and Material Purchases. *Psychological Science*, 1–8. <https://doi.org/10.1177/0956797614546556>
- Lee, J. M., & Hanna, S. D. (2015). Savings Goals and Saving Behavior From a Perspective of Maslow's Hierarchy of Needs. *Journal of Financial Counseling and Planning*, *26*(2), 129–147. <https://doi.org/10.1891/1052-3073.26.2.129>
- McMahan, E. A., & Estes, D. (2011). Hedonic Versus Eudaimonic Conceptions of Well-being: Evidence of Differential Associations With Self-reported Well-being. *Social Indicators Research*, *103*(1), 93–108. <https://doi.org/10.1007/s11205-010-9698-0>
- Oleson, M. (2004). Exploring the relationship between money attitudes and Maslow's hierarchy of needs. *International Journal of Consumer Studies*, *28*(1), 83–92. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2004.00338.x>
- Peterson, C., Park, N., & Seligman, M. E. P. (2005). Orientations to happiness and life satisfaction: The full life versus the empty life. *Journal of Happiness Studies*, *6*(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s10902-004-1278-z>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). ON HAPPINESS AND

- HUMAN POTENTIALS: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Annual Review Psychology*, 52, 141–166.
- Ryan, R. M., Huta, V., & Deci, E. L. (2008). Living Well: A Self-Determination Theory Perspective on Eudaimonia. *Journal of Happiness Studies*, 9, 139–170. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9023-4>
- Ryan, R. M., Sheldon, K. M., Kasser, T., & Deci, E. L. (1996). All goals are not created equal: An organismic perspective on the nature of goals and their regulation. In *The Psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior* (pp. 7–26).
- Telzer, E. H., Fuligni, A. J., Lieberman, M. D., & Galván, A. (2014). Neural sensitivity to eudaimonic and hedonic rewards differentially predict adolescent depressive symptoms over time. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(18), 6600–6605. <https://doi.org/10.1073/pnas.1323014111>
- Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003). To Do or to Have? That Is the Question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1193–1202. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.6.1193>
- Waterman, A. S. (1993). Two Conceptions of Happiness: Contrasts of Personal Expressiveness (Eudaimonia) and Hedonic Enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678–691. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.4.678>
- Waterman, A. S. (2008). Reconsidering happiness: a eudaimonist's perspective. *The Journal of Positive Psychology*, 3(4), 234–252. <https://doi.org/10.1080/17439760802303002>
- Waterman, A. S., Schwartz, S. J., & Conti, R. (2008). The Implications of Two Conceptions of Happiness (Hedonic Enjoyment and Eudaimonia) for The Understanding of Intrinsic Motivation. *Journal of*

- Happiness Studies*, 9(1), 41–79.
<https://doi.org/10.1007/s10902-006-9020-7>
- Yan, D. B. T. W. (2016). Relationship of eudaimonia and hedonia with work outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 31(6), 1006–1020.
<https://doi.org/10.1108/JMP-07-2015-0271>
- Yu, Y., Jing, F., Su, C. T., Zhou, N., & Nguyen, B. (2016). Impact of material vs. experiential purchase types on happiness: The moderating role of self-discrepancy. *Journal of Consumer Behaviour*.
<https://doi.org/10.1002/cb.1598>

Bab 2

- Feist, J., & Feist, G. J. (2014). *Theories of personality*. New York: McGraw-Hill.
- Griffin, E. A. (2012). *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill.
- Lantos, G.P. (2011). *Consumer behavior in action: real life application for marketing managers*. USA : M.E. Sharpe, Inc.
- Monks, C. P., & Smith, P. K. (2006). Definitions of bullying: Age differences in understanding of the term, and the role of experience. *British Journal of Developmental Psychology*, 24(4), 801-821.
- Santrock, J. W. (2011). *Life Span Development 13th editions*. New York: McGraw-Hill.
- Anoraga, P. (2009). *Psikologi Kerja*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Dudija, N. (2011). *Perbedaan motivasi menyelesaikan skripsi antara mahasiswa yang bekerja dengan mahasiswa yang tidak bekerja*. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan.
- Robbins, S.P. & Judge, T.A. (2009). *Essentials of Organizational Behavior (10th Edition)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Luthans, F., Vogelgesang, G. R., & Lester, P. B. (2006). Developing the psychological capital of resiliency. *Human Resource Development Review*, 5(1), 25-44.
- Maslach, C., & Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of organizational behavior*, 2(2), 99-113.
- Churiyah, M. (2011). Pengaruh konflik peran, kelelahan emosional terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(2), 145-154.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual review of psychology*, 52(1), 397-422.
- Pines, A., & Maslach, C. (1978). Characteristics of Staff Burnout in Mental Health Settings. *Hospital & Community Psychiatry*, 29, 4.
- Hurlock, E. B. (2004). *Developmental Psychology: A Life span Approach*. New York: McGraw Hills.
- Seligman, M. E. (2004). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. Simon and Schuster.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification* (Vol. 1). Oxford University Press.
- Ekman, P. (1999). Basic emotions. *Handbook of cognition and emotion*, 98(45-60), 16.

Bab 3

- Conger, R. D., Rueter, M. A., & Elder, G. H. (1999). Couple resilience to economic pressure.
- Degenova, M.K., & Rice, F.P. (2008). *Intimate Relationship, Marriages, and Families (7th Ed.)*. New York: McGraw Hill Companies, Inc
- Díaz, C., Dema, S., & Ibáñez, M. (2007). The intertwining of money and love in couple relationships. In *Modern*

- couples sharing money, sharing life* (pp. 100-142). Palgrave Macmillan, London.
- Duvall, E.M., & Miller, B.C. (1985). *Marriage and Family Development* (6th Ed.). New York: Harper & Row Publisher
- Greenwood, J., Guner, N., & Knowles, J. A. (2003). More on marriage, fertility, and the distribution of income. *International Economic Review*, 44(3), 827-862.
- Hurlock, E.B. (2003). *Psikologi Perkembangan* (5th Ed.). Jakarta: Erlangga
- Huston, T. L., Caughlin, J. P., Houts, R. M., Smith, S. E., & George, L. J. (2001). The connubial crucible: Newlywed years as predictors of marital delight, distress, and divorce. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(2), 237–252.
- Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 54-71. doi:10.1037/0022-
- Landis, J.T., & Landis, M.G. (1970). *Personal Adjustment, Marriage, and Family Living* (5th Ed.). New Jersey: Prentice-Hall
- Lefrancois G.R. (1993). *The Life Span* (4th Ed.). California: Wardsworth, Inc.
- Lundberg, S., & Pollak, R. A. (1996). Bargaining and distribution in marriage. *Journal of economic perspectives*, 10(4), 139-158.
- Olson, D.H., Defrain, J.H., & Skogrand, L. (2011). *Marriages and families: Intimacy, diversity, and strengths* (7th Ed.). New York: McGraw Hill Companies, Inc.
- Santrock, J.W. (2013). *Life-Span Development*. New York: McGraw-Hill
- Srisusanti, S., & Zulkaida, A. (2013). Studi deskriptif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan perkawinan pada istri. *UG journal*, 7(6).

- Waite, L. J., & Gallagher, M. (2000). *The Case for Marriage: Why Married People Are Happier, Healthier and Better off Financially*. New York: Doubleday.
- Wisnuwardhani, D. & Marhoedi, S.F. (2012). *Hubungan Interpersonal*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Zagorsky, J. L. (2003). Husbands' and wives' view of the family finances. *The Journal of Socio-Economics*, 32(2), 127-146.

Bab 4

- Copur, Z., & Eker, I. (2016). The Relationship Between Financial Issues and Marital Relationship. *International Journal of Arts & Sciences*, 07(January), 683–697.
- Davis, H. L. (1976). Decision Making within the Household. *Journal of Consumer Research*, 2(4), 241. <https://doi.org/10.1086/208639>
- Dew, J. (2008). Debt change and marital satisfaction change in recently married couples. *Family Relations*, 57(1), 60–71. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2007.00483.x>
- Gärbling, T., Kirchler, E., Lewis, A., Raaij, F. Van, & Lewis, A. (2010). Psychology, Financial Decision Making, and Financial Crises. *Psychological Science in the Public Interest*, 1–81.
- Hornik, J. (1982). Situational Effects on the Consumption of Time. *Journal of Marketing*, 46(4), 44. <https://doi.org/10.2307/1251361>
- Killewald, A. (2016). Money, Work, and Marital Stability: Assessing Change in the Gendered Determinants of Divorce. *American Sociological Review*, 81(4), 696–719. <https://doi.org/10.1177/0003122416655340>
- Kirchler, E. (1988a). Diary Reports on Daily Economic. *Psychology*, 9(September 1987), 327–357.
- Kirchler, E. (1988b). Marital Happiness and Interaction in

- Everyday Surroundings: A Time-Sample Diary Approach for Couples. *Journal of Social and Personal Relationships*, 5, 375–382. <https://doi.org/10.1177/07399863870092005>
- Kirchler, E. (1990). Spouses' influence strategies in purchase decisions as dependent on conflict type and relationship characteristics. *Journal of Economic Psychology*, 11(1), 101–118. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(90\)90049-F](https://doi.org/10.1016/0167-4870(90)90049-F)
- Kirchler, E. (1995). Studying economic decisions within private households: A critical review and design for a “couple experiences diary.” *Journal of Economic Psychology*, 16(3), 393–419. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(95\)00017-I](https://doi.org/10.1016/0167-4870(95)00017-I)
- Pahl, J. (1983). The allocation of money and the structuring of inequality within marriage. *The Sociological Review*, 31(2), 237–262. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1983.tb00389.x>
- Scott, S. B., Rhoades, G. K., Stanley, S. M., Allen, E. S., & Markman, H. J. (2013). Reasons for divorce and recollections of premarital intervention: Implications for improving relationship education. *Couple and Family Psychology: Research and Practice*, 2(2), 131–145. <https://doi.org/10.1037/a0032025>
- Shaw, G. (2019). These are the 11 most common reasons people get divorced, ranked. Retrieved June 20, 2020, from <https://www.insider.com/why-people-get-divorced-2019-1>
- Sonnenberg, S. J. (2017). The economic psychology of financial decision-making and money management in the household. *Economic Psychology*, 354–370. <https://doi.org/10.1002/9781118926352.ch22>
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1960). The Social Psychology of Groups. *Social Forces*, 38(4), 367–368.
- Van Raaij, W. F., van Veldhoven, G. M., & Warneryd, K. E. (1988). Household Economic Behaviour. In

- Handbook of Economic Psychology* (pp. 251–256).
- Vogler, C. (1998). Money in the household: Some underlying issues of power. *Sociological Review*, 46(4), 687–713. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.00136>
- Vogler, C., Brockmann, M., & Wiggins, R. D. (2006). Intimate relationships and changing patterns of money management at the beginning of the twenty-first century. *British Journal of Sociology*, 57(3), 455–482. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2006.00120.x>
- Vogler, C., Lyonette, C., & Wiggins, R. D. (2008). Money, power and spending decisions in intimate relationships. *Sociological Review*, 56(1), 117–143. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2008.00779.x>
- Vogler, C., & Pahl, J. (1993). Social and Economic Change and The Organisation of Money Within Marriage. *Work, Employment & Society*, 7(1), 71–95. <https://doi.org/10.1177/07399863870092005>

Bab 5

- Baron, R. (2005). *Psikologi Sosial Edisi Kespuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Bauer, J. C. (2003). *Role Ambiguity and Role Clarity*. Clermont: A Comparison of Attitudes in Germany and the United States.
- Bringham, J. C. (1991). *Social psychology*. Edisi 2. New York: Harper Colling Publisher Inc.
- Byrne, D. (2005). *Social exclusion*. New York: McGraw-Hill Education.
- Darley, J. M., & Batson, C. D. (1973). " From Jerusalem to Jericho": A study of situational and dispositional variables in helping behavior. *Journal of personality and social psychology*, 27(1), 100.
- Dou, K., Li, J. B., Wang, Y. J., Li, J. J., Liang, Z. Q., & Nie, Y. G. (2019). Engaging in prosocial behavior explains how high self-control relates to more life

- satisfaction: Evidence from three Chinese samples. *PloS one*, 14(10), e0223169.
- Killan, M. & Smetana, J. (2006). *Handbook of Moral Development*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Lam, C. M. (2012). Prosocial involvement as a positive youth development construct: A conceptual review. *The Scientific World Journal*, 2012.
- Lu, T., Li, L., Niu, L., Jin, S., & French, D. C. (2018). Relations between popularity and prosocial behavior in middle school and high school Chinese adolescents. *International Journal of Behavioral Development*, 42(2), 175-181.
- Kaplan, S., Brooks-Shesler, L., King, E. B., & Zaccaro, S. (2009). Thinking inside the box: How conformity promotes creativity and innovation. In *Creativity in groups*. Emerald Group Publishing Limited.
- Mussen, P. H. Conger, J. J and Kagan, J. (1989). *Child development and personality* (Fifth Edition). Harper and Row Publishers.
- Psychologytoday.com. (2017). *The Savior Complex: Why good intentions may have negative outcomes*. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-high-functioning-alcoholic/201702/the-savior-complex>.
- Reggio, R.E. (2009). *Introduction to Industrial Organizational Psychology*. London: Pearson Prentice Hall.
- Sarwono, S. W. (2002). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, S. W. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sears, D.O. (1985). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Soerjono, S. (2009). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wu, H., Sears, L. E., Coberley, C. R., & Pope, J. E. (2016). Overall well-being and supervisor ratings of employee performance, accountability, customer service, innovation, prosocial behavior, and self-development. *Journal of occupational and environmental medicine*, 58(1), 35-40.

Bab 6

- Angerer, S., Glätzle-rützler, D., Lergetporer, P., & Sutter, M. (2015). *Donations, Risk Attitudes and Time Preferences : A Study on Altruism in Primary School Children. Journal of Economic Behavior and Organization* (Vol. 115).
<https://doi.org/10.1016/j.jebo.2014.10.007>
- Basil, D. Z., Ridgway, N. M., & Basil, M. D. (2006). Guilt Appeals: The Mediating Effect of Responsibility. *Psychology & Marketing*, 23(12), 1035–1054.
- Basil, D. Z., Ridgway, N. M., & Basil, M. D. (2008). Guilt and Giving: A Process Model of Empathy and Efficacy. *Psychology & Marketing*, 25(1), 1–23.
- Baumann, D. J., Cialdini, R. B., & Kendrick, D. T. (1981). Altruism as hedonism: Helping and self-gratification as equivalent responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(6), 1039–1046.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.40.6.1039>
- Berkowitz, L. (1973). Reactance and The Unwillingness to Help Others. *Psychological Bulletin*, 79(5), 310–317.
<https://doi.org/10.1037/h0034443>
- Carlsmith, J. M., & Gross, A. E. (1969). Some effects of guilt on compliance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 11(3), 232–239.
- Charness, G., & Gneezy, U. (2010). Portfolio Choice and Risk Attitudes: An Experiment. *Economic Inquiry*, 48, 133–146.
- Cherry, T. L. (2001). Mental accounting and other-regarding behavior: Evidence from the lab. *Journal of*

- Economic Psychology*, 22(5), 605–615.
[https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(01\)00058-7](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(01)00058-7)
- Cherry, T. L., Frykblom, P., & Shogren, J. F. (2002). Hardnose the dictator. *American Economic Review*, 92(4), 1218–1221.
<https://doi.org/10.1257/00028280260344740>
- Cherry, T. L., & Shogren, J. F. (2008). Self-interest, sympathy and the origin of endowments. *Economics Letters*, 101(1), 69–72.
<https://doi.org/10.1016/j.econlet.2008.04.007>
- Cialdini, R. B., Darby, B. L., & Vincent, J. E. (1973). Transgression and Altruism: A Case for Hedonism. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 502–516.
- Clingingsmith, D. (2015). *Mental Accounts and the Mutability of Altruism: An Experiment with Online Workers*.
- Cryder, C. E., Loewenstein, G., & Scheines, R. (2013). The donor is in the details. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 120(1), 15–23.
<https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2012.08.002>
- Cunningham, M. R. (1979). Weather, mood, and helping behavior: Quasi experiments with the sunshine samaritan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(11), 1947–1956.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.11.1947>
- Dufwenberg, M., Gächter, S., & Hennig-schmidt, H. (2011). Games and Economic Behavior The framing of games and the psychology of play. *Games and Economic Behavior*, 73(2), 459–478.
<https://doi.org/10.1016/j.geb.2011.02.003>
- Elgeka, H. W. S., Ma, J., Secapramana, L. V. H., & Yudiarso, A. (2018). Money attitude and conscientiousness influence mental budgeting: A comparative study between Indonesia and China. *Psychologia*, 61(1), 26–36.

- <https://doi.org/10.2117/psysoc.2019-A004>
- Erlandsson, A., Björklund, F., & Bäckström, M. (2017). Choice-justifications after allocating resources in helping dilemmas. *Judgment and Decision Making*, *12*(1), 60–80.
- Forbes, G. B., & Tevault, R. K. (1975). The facilitation of anonymous helpfulness by a fortuitous pleasant event. *Journal of Social Psychology*, *97*(2), 299–300. <https://doi.org/10.1080/00224545.1975.9923354>
- Frey, B. S., & Meier, S. (2004). Social Comparisons and Pro-Social Behavior: Testing " Conditional Cooperation " in a Field Experiment. *The American Economic Review*, *94*(5), 1717–1722.
- Hardy, C. L., & Van Vugt, M. (2006). Nice Guys Finish First: The Competitive Altruism Hypothesis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *32*(10), 1402–1413. <https://doi.org/10.1177/0146167206291006>
- Heath, C. (1995). Escalation and De-escalation of Commitment in Response to Sunk Costs : The Role of Budgeting in Mental Accounting. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *62*(1), 38–54.
- Heath, C., & Soll, J. B. (1996). Mental Budgeting and Consumer Decisions. *Journal of Consumer Research*, *23*(1), 40–52.
- Hershfield, H. E. (2011). Future self-continuity: how conceptions of the future self transform intertemporal choice. *Annual New York Academy of Sciences*, *1235*, 30–43. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.2011.06201.x>
- Hoffman, E., McCabe, K., Shachat, K., & Smith, V. (1994). Preferences, Property Rights, and Anonymity in Bargaining Games. *Games and Economic Behavior*, *7*, 346–380.
- Isen, A. M., Clark, M., Shalcker, T. E., & Karp, L. (1978).

- Affect, Accessibility of Material in Memory, and Behavior: A Cognitive Loop? *Journal of Personality and Social Psychology*, 36(1), 1–12.
- Isen, A. M., & Levin, P. F. (1972). Effect of feeling good on helping: Cookies and Kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21(3), 384–388. <https://doi.org/10.4324/9781315129747>
- Isen, A. M., & Noonberg, A. (1979). The Effect of Photographs of the Handicapped on Donation to Charity: When a Thousand Words May be too Much. *Journal of Applied Social Psychology*, 9(5), 426–431. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1979.tb02716.x>
- Krosch, A. R., Figner, B., & Weber, E. U. (2012). Choice processes and their post-decisional consequences in morally conflicting decisions. *Judgment and Decision Making*, 7(3), 224–234.
- LaBarge, M. C., & Stinson, J. L. (2014). The Role of Mental Budgeting in Philanthropic Decision-Making. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(6), 993–1013. <https://doi.org/10.1177/0899764013489776>
- Levin, P. F., & Isen, A. M. (1975). Further Studies on the Effect of Feeling Good on Helping. *Sociometry*, 38(1), 141–147. <https://doi.org/10.2307/2786238>
- Loewenstein, G. (1988). Frames of Mind in Intertemporal Choice. *Management Science*, 34(2), 200–214.
- Messick, D. M. (1999). Alternative logics for decision making in social settings. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 39(1), 11–28. [https://doi.org/10.1016/s0167-2681\(99\)00023-2](https://doi.org/10.1016/s0167-2681(99)00023-2)
- Oxoby, R. J., & Spraggon, J. (2008). Mine and yours: Property rights in dictator games. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 65(3–4), 703–713. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2005.12.006>
- Piff, P. K., Dietze, P., Feinberg, M., Stancato, D. M., & Keltner, D. (2015). Awe, the Small Self, and Prosocial Behavior. *Journal of Personality and Social*

- Psychology*, 108(6), 883–899.
- Rabin, M. (1993). Incorporating Fairness into Game Theory and Economics. *The American Economic Review*, 83(5), 1281–1302.
- Rick, S., & Loewenstein, G. (2008). Intangibility in Intertemporal Choice. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 363, 3813–3824.
- Slovic, P. (2007). “If I Look at the mass I will never act”: Psychic Numbing and Genocide. *Judgment and Decision Making*, 2(2), 77–95. https://doi.org/10.1007/978-90-481-8647-1_3
- Strahilevitz, M., & Myers, J. G. (1998). Donations to Charity as Purchase Incentives: How Well They Work May Depend on What You Are Trying to Sell. *Source Journal of Consumer Research*, 24(4), 434–446. <https://doi.org/10.1086/209519>
- Sussman, A. B., Sharma, E., & Alter, A. L. (2015). Framing Charitable Donations as Exceptional Expenses Increases Giving. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 1–10.
- Thaler, R. H. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4(3), 199–214. <https://doi.org/10.1287/mksc.1070.0330>
- Vesterlund, L. (2003). The informational value of sequential fundraising. *Journal of Public Economics*, 87(3–4), 627–657. [https://doi.org/10.1016/S0047-2727\(01\)00187-6](https://doi.org/10.1016/S0047-2727(01)00187-6)
- Weber, E. U., & Lindemann, P. G. (2008). From intuition to analysis: Making decision with your head, your heart, or by the book. In *Intuition in judgment and decision making* (pp. 191–208).
- Weng, H. Y., Fox, A. S., Hesseenthaler, H. C., Stodola, D. E., & Davidson, R. J. (2015). The Role of Compassion in Altruistic Helping and Punishment Behavior. *PLoS ONE*, 1–20.

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0143794>
Winterich, K. P., & Zhang, Y. (2014). Accepting Inequality Deters Responsibility: How Power Distance Decreases Charitable Behavior. *Journal of Consumer Research*, 41(2), 274–293. <https://doi.org/10.1086/675927>

Bab 7

- Alba, J. W., & Williams, E. F. (2012). Pleasure principles: A review of research on hedonic consumption. *Journal of Consumer Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2012.07.003>
- Arkes, H. R., & Blumer, C. (1985). The Psychology of Sunk Cost. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 35, 124–140.
- Bargeman, B., & van der Poel, H. (2006). The role of routines in the vacation decision-making process of Dutch vacationers. *Tourism Management*, 27(4), 707–720. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.04.002>
- Brandstatter, H. (2005). The Personality Roots of Saving- Uncovered from German and Dutch Surveys. In K. G. Grunert & J. Thøgersen (Eds.), *Consumers, Policy and The Environment: A Tribute of Folke Olander* (First, pp. 65–87). United States of America: Springer.
- Canova, L., Rattazzi, A. M. M., & Webley, P. (2005). The hierarchical structure of saving motives. *Journal of Economic Psychology*, 26(1), 21–34. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2003.08.007>
- Caprariello, P. A., & Reis, H. T. (2013). To do, to have, or to share? Valuing experiences over material possessions depends on the involvement of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(2), 199–215. <https://doi.org/10.1037/a0030953>
- Carter, T. J. (2014). The Psychological Science of Spending Money. In *The Psychological Science of Money* (pp. 213–242). <https://doi.org/10.1007/978-1-4939-0959-9>
- Carter, T. J., & Gilovich, T. (2010). The Relative Relativity

- of Material and Experiential Purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(1), 146–159. <https://doi.org/10.1037/a0017145>
- Carter, T. J., & Gilovich, T. (2012). I Am What I Do, Not What I Have: The Differential Centrality of Experiential and Material Purchases to the Self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6), 1304–1317. <https://doi.org/10.1037/a0027407>
- Coelho Do Vale, R., Peters, R., & Zeelenberg, M. (2008). Flying under the radar: Perverse package size effects on consumption self-regulation. *Journal of Consumer Research*, 35(3), 380–390. <https://doi.org/10.1086/589564>
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872–909. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Crompton, J. (1992). Structure of vacation destination choice sets. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 420–434. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90128-C](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90128-C)
- Dann, G. M. S. (1977). ANOMIE, EGO-ENHANCEMENT AND TOURISM. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194.
- Dunn Ross, E. L., & Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226–237. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90006-W](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90006-W)
- Eugenio-Martin, J. L., & Inchausti-Sintes, F. (2016). Low-cost travel and tourism expenditures. *Annals of Tourism Research*, 57, 140–159. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.019>
- Gilovich, T., Kumar, A., & Jampol, L. (2015). A wonderful life: Experiential consumption and the pursuit of happiness. *Journal of Consumer Psychology*, 25(1), 152–165. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.08.004>
- Griesdorn, T. S., Lown, J. M., Devaney, S. A., Cho, S. H.,

- & Evans, D. A. (2014). Association between Behavioral Life-cycle Constructs and Financial Risk Tolerance of Low-to-moderate-income Households. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 25(1), 27–40.
- Howell, R. T., & Hill, G. (2009). The mediators of experiential purchases: Determining the impact of psychological needs satisfaction and social comparison. *Journal of Positive Psychology*, 4(6), 511–522. <https://doi.org/10.1080/17439760903270993>
- Howell, R. T., Pchelin, P., & Iyer, R. (2012). The preference for experiences over possessions: Measurement and construct validation of the Experiential Buying Tendency Scale. *Journal of Positive Psychology*, 7(1), 57–71. <https://doi.org/10.1080/17439760.2011.626791>
- Hsee, C. K., Yang, Y., Li, N., & Shen, L. (2009). Wealth, Warmth, and Weil-Being: Whether Happiness Is Relative or Absolute Depends on Whether It Is About Money, Acquisition, or Consumption. *Journal of Marketing Research*, 46(3), 396–409. <https://doi.org/10.1509/jmkr.46.3.396>
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256–262. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4)
- Jamal, T. B., & Lee, J. H. (2003). Integrating micro and macro approaches to tourist motivations: Toward An interdisciplinary theory. *Tourism Analysis*, 8(1), 47–59. <https://doi.org/10.3727/108354203108750166>
- Keinan, A., & Kivetz, R. (2008). Remediating hyperopia: The effects of self-control regret on consumer behavior. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 676–689. <https://doi.org/10.1509/jmkr.45.6.676>
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism*

- Management*, 23(3), 221–232.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00090-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00090-5)
- Lee, J. M., & Hanna, S. D. (2015). Savings Goals and Saving Behavior From a Perspective of Maslow's Hierarchy of Needs. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 26(2), 129–147.
<https://doi.org/10.1891/1052-3073.26.2.129>
- Liao, J., Liu, X., & Dong, X. (2013). The Exploration of the Influencing Factors of Impulsive Purchasing and the Construction of the Model: On the Basis of the Researches of Cultural Difference and Mental Accounting. In *The 196th International Conference on Industrial Engineering* (pp. 1181–1188).
<https://doi.org/10.1007/978-3-642-38442-4>
- Ma, J., & Roese, N. J. (2013). The Countability Effect: Comparative versus Experiential Reactions to Reward Distributions. *Journal of Consumer Research*, 39(6), 1219–1233. <https://doi.org/10.1086/668087>
- Mannell, R. C., & Iso-Ahola, S. E. (1987). Psychological Nature of Leisure and Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 14, 314–331.
- Mansfeld, Y. (1992). From Motivation To Actual Travel. *Annals of Tourism Research*, 19, 399–419.
- Nicolao, L., Irwin, J. R., & Goodman, J. K. (2009). Happiness for Sale : Do Experiential Purchases Make Consumers Happier than Material Purchases ?, 36(August), 188–198. <https://doi.org/10.1086/597049>
- Olander, F., & Seipel, C.-M. (1970). *Psychological Approaches to the Study of Saving*. the Bureau of Economic and Business Research.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-4781.1963.tb06208.x>
- Otto, A. (2009). *The Economic Psychology of Adolescent Saving*. Retrieved from <https://ore.exeter.ac.uk/repository/bitstream/handle/10036/83873/OttoA.pdf>
- Rosenzweig, E., & Gilovich, T. (2012). Buyer's Remorse or

- Missed Opportunity? Differential Regrets for Material and Experiential Purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(2), 215–223. <https://doi.org/10.1037/a0024999>
- Shefrin, H. M., & Thaler, R. H. (1988). The Behavioral Life-Cycle Hypothesis. *Economic Inquiry*, 26(4), 609–643. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.1988.tb01520.x>
- Snepenger, D., King, J., Marshall, E., & Uysal, M. (2006). Modeling Iso-Ahola's Motivation Theory in the Tourism Context. *Journal of Travel Research*, 45(2), 140–149. <https://doi.org/10.1177/0047287506291592>
- Thaler, R. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1, 39–60. [https://doi.org/10.1016/0167-2681\(80\)90051-7](https://doi.org/10.1016/0167-2681(80)90051-7)
- Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003). To Do or to Have? That Is the Question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1193–1202. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.6.1193>
- van Raaij, W. F., & Francken, D. A. (1984). Vacation decisions, activities, and satisfactions. *Annals of Tourism Research*, 11(1), 101–112. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(84\)90098-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90098-7)
- Webley, P., Burgoyne, C. B., Lea, S. E. G., & Young, B. M. (2001). The Economic Psychology of Everyday Life. In *International Series in Social Psychology* (First). East Sussex: Psychology Press.
- Wei, X., Wu, X., & Zhou, X. (2020). A self-control theory perspective on tourists' short-vacation preference: empirical evidence from China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(5), 560–573. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1742754>
- Weiermair, K., & Mäser, B. (1996). Information and information search behavior of tourists: A cursory review of the literature, preliminary empirical tests and

- further research questions. *The Tourist Review*, 51(3), 4–23. <https://doi.org/10.1108/eb058225>
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- Yu, Y., Jing, F., Su, C. T., Zhou, N., & Nguyen, B. (2016). Impact of material vs. experiential purchase types on happiness: The moderating role of self-discrepancy. *Journal of Consumer Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/cb.1598>

Bab 8

- Atkinson, C., Hall, L. (2011). Flexible working and happiness in the NHS. *Employee Relations*, Vol. 33 Issue: 2, pp.88-105
- Atkinson, S. J., Fuller, S., & Painter, J. (2016). *Wellbeing and place*. London/New-York: Routledge.
- Brantley, J., & Millstine, W. (2011). *True belonging: Mindful practices to help you overcome loneliness, connect with others, and cultivate happiness*. New Harbinger Publications.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 84(4), 822.
- Brown, K. W., Ryan, R. M., & Creswell, J. D. (2007). Mindfulness: Theoretical foundations and evidence for its salutary effects. *Psychological Inquiry*, 18(4), 211-237, doi: 10.1080/10478400701598298.
- Bryant, F. B., & Veroff, J. (2017). *Savoring: A new model of positive experience*. Psychology Press.
- Germer, C. K., Siegel, R. D., & Fulton P. R. (Eds.). (2005). *Mindfulness and psychotherapy*. New York: Guilford Press.

- Grawitch, M. J., & Ballard, D. W. (2019). Pseudoscience won't create a psychologically healthy workplace. In *Creating Psychologically Healthy Workplaces*. Edward Elgar Publishing.
- Grawitch, M. J., Ledford Jr, G. E., Ballard, D. W., & Barber, L. K. (2009). Leading the healthy workforce: The integral role of employee involvement. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 61(2), 122.
- Kabat-Zinn, J. (1990). *Full catastrophe living: Using the wisdom of your body and mind to face stress, pain, and illness*. New York: Bantam Dell.
- Kabat-Zinn, J. (2013). *Full catastrophe living, revised edition: how to cope with stress, pain and illness using mindfulness meditation*. Hachette uK.
- Kurtz, J. L. (2016). Affective forecasting: Teaching a useful, accessible, and humbling area of research. *Teaching of Psychology*, 43(1), 80-85.
- Mace, C. (2008). *Mindfulness and mental health: Therapy, theory, and science*. New York: Routledge.
- Seligman, M. E. (2004). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. Simon and Schuster.

HONEY WAHYUNI SUGIHARTO ELGEKA
TAUFIK AKBAR RIZQI YUNANTO
NI PUTU ADELIA KESUMANINGSARI

DIBALIK UANG, ADAKAH MAKNA?



DIBALIK UANG, ADAKAH MAKNA?

Honey Wahyuni Sugiharto Elgeka
Taufik Akbar Rizqi Yunanto
Ni Putu Adelia Kesumaningsari



Dibalik Uang, Adakah Makna?

Penulis:

Honey Wahyuni Sugiharto Elgeka
Taufik Akbar Rizqi Yunanto
Ni Putu Adelia Kesumaningsari

Desain Sampul dan Tata Letak:

Dwike Natalia
Shinta Selvia
Indah S. Rahayu

Editor:

Honey Wahyuni Sugiharto Elgeka
Taufik Akbar Rizqi Yunanto
Dwike Natalia

Copy Editor:

Thomas S. Iswahyudi

ISBN : 978-623-6539-78-1

Cetakan ke-1, Mei 2021

Penerbit (Anggota IKAPI & APPTI)

Direktorat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah
Universitas Surabaya
Jl. Raya Kalirungkut Surabaya 60293
Telp. (62-31) 298-1344
E-mail: ppi@unit.ubaya.ac.id
Web: ppi.ubaya.ac.id

Hak cipta dilindungi Undang-undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini
dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha-kuasa atas tersusunnya buku ini. Buku ini adalah bentuk dari kepedulian penulis kepada masyarakat Indonesia dalam memahami konteks uang dari sudut pandang psikologi. Belum banyak atau mungkin belum pernah ada buku ilmiah populer yang menggambarkan atau menjelaskan uang dari berbagai perspektif di bidang ilmu psikologi. Penulis ingin membantu masyarakat melihat segala dinamika uang dari sisi positif hingga dampak yang akan dialami di dalam kehidupan sehari-hari.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada segala pihak yang sudah membantu dan menyusun buku ini. Selain itu, penulis menyadari apabila masih banyak kekurangan di dalam penyusunan materi di buku ini, namun penulis meyakini bahwa buku ini akan memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Akhir kata, dalam rangka pengembangan dan penyempurnaan dalam buku ini, maka penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran dari para pembaca.

Surabaya, Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
1. Kebahagiaan Kala COVID-19 Melanda: Uangku Kemana Engkau Pergi?	1
2. Menelisik Peran Uang Dalam Menyelimuti Kebahagiaan Seseorang: Perspektif Psikologi Positif	15
3. Kehidupan Bersama Pasangan Pada Masa Awal Pernikahan	33
4. Aku dan Pasanganku: Uangku, Uangmu, dan Uang Kita	45
5. Menggapai Suasana Hati Positif Dalam Kegiatan <i>Charity</i>	64
Dibalik Uang, Adakah Makna?	iv

6. Uang dan Beramal: Bagaimana cara melakukan pengambilan keputusan saat akan beramal?.....	83
7. Liburan Optimal, Keuangan pun Terkendali	101
8 Menggapai Suasana Hati Positif Kala Liburan	120
Daftar Pustaka	137

Penerbit (Anggota IKAPI dan APPTI)
Direktorat Penerbitan & Publikasi
Universitas Surabaya
Jl. Raya Kalirungkut Surabaya
Telp. (62-31) 298111
E-mail: ppi@unit.ubaya.ac.id
Web: ppi.ubaya.ac.id

ISBN 978-623-6539-78-1



9 786236

539781