

5 | MENANGGAPI SUASANA HATI POSITIF DALAM KEGIATAN *CHARITY*

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

Di masa pandemi COVID-19 kita sedang mengalami masa-masa yang penuh tantangan. Semua orang berjuang untuk tetap bisa hidup dengan segala keterbatasan yang ada. Akses air bersih dan perlengkapan untuk melindungi diri yang tidak semua orang bisa mengakses fasilitas yang layak padahal kita dihadapkan pada aturan 3M (Mencuci tangan, memakai Masker, Menjaga jarak). Korban PHK kian banyak, padahal hidup terus berjalan dan harus dipenuhi. Hal inilah yang kemudian menyentuh jiwa prososial berbagai kalangan untuk berbondong-bondong membantu. Banyak sekali contoh aktivitas yang telah dilakukan, seperti adanya dapur umum, sumbangan ruang disinfektan, bantuan Alat Pelindung Diri (APD), bantuan masker, bahkan menyumbangkan robot khusus untuk membantu tenaga kesehatan dalam penanganan pasien.

Dari kalangan *public figure* terutama pekerja seni pun dari awal masa pandemi hingga sekarang sangat gencar untuk melakukan konser amal. Hasil konser amal kemudian

didonasikan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Seperti misalnya yang dilakukan almarhum Didi Kempot yang mampu menghasilkan kurang lebih 7 miliar rupiah dalam semalam. Sungguh kondisi pandemi ini telah menyentuh banyak dari kita yang merasa mampu untuk membantu.

Fenomena seperti itu telah membuktikan bahwa pada hakikatnya kita makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri sehingga kita membutuhkan bantuan orang lain. Budaya kolektif yang kental di Indonesia semakin membuktikan bahwa perilaku prososial masyarakat semakin meningkat karena sektor kesehatan dan ekonomi masyarakat terancam.

Dulunya kegiatan yang mengarah pada perilaku prososial hanya sebatas memberikan pemahaman bahwa kita harus saling bahu membahu, saat ini kita tidak bisa hanya sebatas paham, namun kita perlu mengambil langkah yang berorientasi pada solusi karena situasi sekarang ini memang mengkhawatirkan. Siapa yang bisa menebak kondisi ini kapan akan berakhir. Kita tidak pernah tahu.

Tidak hanya kalangan tertentu saja yang melakukan kegiatan sosial namun juga semua orang melakukan aksi sosial dengan penuh kerelaan membantu orang lain tanpa imbalan sepersenpun. Hal ini tentunya dilandasi dengan pribadi individu yang memiliki nilai altruistik, empati, simpati, dan pribadi yang peduli pada orang lain. Perilaku prososial masyarakat inilah yang perlu kita apresiasi dan pertahankan bahwa tindakan yang dilakukan tanpa ada kepentingan apapun. Tapi apakah memang demikian? Semua orang telah melakukan perilaku prososial tanpa ada pamrih atau bahkan kepentingan tertentu?

Kegiatan *charity* atau kegiatan amal ini sangat marak dilakukan oleh seseorang, terlebih di tengah kondisi pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia saat ini. Dengan jumlah kasus positif COVID-19 di Indonesia yang sudah menyentuh angka sekitar 9.000 dan kasus meninggal sekitar 700 orang, membuat masyarakat tersentuh hatinya. Apalagi melihat orang-orang yang kurang beruntung, yang tidak bisa bekerja

dari rumah, memiliki penghasilan harian, dan tenaga medis yang kekurangan Alat Pelindung Diri (APD) dan masker. Berbondong-bondong masyarakat menyelenggarakan kegiatan amal dengan membuka donasi berupa uang, APD, masker, sembako, nasi bungkus, dan sebagainya.

Sebagai makhluk sosial yang peduli terhadap sesama manusia, tidak sedikit dari mereka menyelenggarakan kegiatan amal atas dasar rasa kemanusiaan. Mereka yang tergabung dalam kegiatan amal kemudian mengabadikan momen ketika mereka berbagi dengan dokumentasi berupa foto, video, bahkan hingga mengajak swafoto masyarakat yang menerima bantuan. Selain itu ada tokoh-tokoh masyarakat yang mengadakan seremonial ketika kegiatan berlangsung hingga memasang foto tokoh masyarakat tersebut pada barang-barang yang didonasikan. Hal ini merupakan fenomena yang unik, kenapa? Mereka mengabadikan momen tersebut untuk dipasang di media sosial mereka lalu dilihat oleh *followers*-nya. Namun ada juga yang mengabadikan momen sebagai bentuk pertanggungjawaban individu pada pemberi dana.

Hal yang paling miris ada beberapa orang yang menerima bantuan, lalu berkata, “mbak/mas, tidak difoto dulu? Biasanya orang-orang ngajak foto. Gapapa saya dikasih seperti ini sangat bersyukur walaupun harus malu dilihat banyak orang bahwa saya orang susah.” Ironis jika mendengar pernyataan tersebut. Sebenarnya orang memberikan bantuan atas dasar apa? Apakah benar kemanusiaan? Apa mereka melakukan kegiatan tersebut untuk pamer? Ingin terlihat superior?

Sebenarnya... Apa Itu Perilaku Prososial?

Perilaku prososial menurut Staub (dalam Killen & Smetana, 2005) adalah tindakan yang bertujuan untuk menguntungkan orang lain baik secara material maupun non-material. Sedangkan menurut William, perilaku prososial adalah perilaku yang memiliki intensi untuk mengubah keadaan fisik atau psikologis

penerima bantuan dari kurang baik menjadi lebih baik, dalam arti secara mental maupun psikologis.

Perilaku prososial merupakan hasrat untuk menolong orang lain tanpa memikirkan kepentingan sendiri. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku prososial meliputi pola asuh orangtua dan peran keluarga sebagai model dan sumber patokan dari perilaku prososial. Ada tiga ciri-ciri perilaku prososial, yaitu: (1) tindakan tersebut berakhir pada dirinya dan tidak menuntut keuntungan pada pihak pemberi bantuan, (2) tindakan tersebut dilahirkan secara sukarela, (3) tindakan tersebut menghasilkan kebaikan.

Menurut Mussen dkk. (1989), aspek-aspek perilaku prososial meliputi: (1) berbagi, yakni kesediaan untuk berbagi perasaan dengan orang lain dalam suasana suka dan duka, (2) kerjasama, yakni kesediaan untuk bekerjasama dengan orang lain demi tercapainya suatu tujuan, (3) menolong, yakni kesediaan untuk menolong orang lain yang sedang berada dalam kesulitan, (4) bertindak jujur, yakni kesediaan untuk melakukan sesuatu seperti apa adanya, tidak berbuat curang, (5) berderma, yakni kesediaan untuk memberikan sukarela sebagian barang miliknya kepada orang yang membutuhkan.

Kita dapat melihat salah satu penelitian dari Dou dkk. (2019) yang menemukan bahwa perilaku prososial didasari atas keinginan membantu orang lain, kepedulian, dan membawa manfaat bagi orang lain. Hasil perilaku prososial ini mengarah pada kepuasan yang didapatkan oleh individu. Bentuk kepuasan ini seperti kesenangan telah membantu dan mendapatkan sebuah apresiasi dari orang lain.

Jika kita melihat pada masyarakat Indonesia di tengah pandemi COVID-19 dapat kita lihat bahwa individu melakukan perilaku sosial karena tiga alasan. Pertama, individu melakukan perilaku prososial sebagai bentuk pondasi untuk mendapatkan kepuasan hidup. Kedua, perilaku prososial dijadikan alat untuk menghilangkan rasa bersalah, dianggap tidak peduli, dan bahkan dianggap apatis terhadap nasib orang lain. Ketiga,

perilaku prososial dapat menjadi sumber kebahagiaan bagi seseorang.

Sementara dari penelitian yang dilakukan oleh Lu dkk. (2018) menemukan bahwa seseorang melakukan tindakan prososial untuk meningkatkan kepedulian seseorang terhadap sesama. Hal ini akan menjadi sebuah tindakan yang koersif dan kontrol dari budaya setempat sehingga memungkinkan seseorang melakukan perilaku prososial lagi pada waktu yang lain. Perilaku prososial yang telah banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia terutama di tengah pandemi COVID-19 ini membuktikan bahwa dengan tujuan mulia selain dari tindakan koersif-filantropis tapi juga dengan kuatnya budaya kolektivis untuk peduli terhadap sesama yang ada di Indonesia.

Dalam penelitian yang dilakukan Lam (2012) dinyatakan bahwa pengaruh budaya, konteks sosial, dan pengalaman sosial menjadi penentu seseorang dalam melakukan perilaku prososial. Peran masyarakat untuk tetap terlibat dalam perilaku prososial menjadi elemen penting untuk menyebarkan pada orang lain bahwa gotong royong itu penting. Jelas bahwa gotong royong telah sejak lama dimiliki oleh masyarakat Indonesia yang tidak lepas dari pengalaman sosial yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia yang “terbiasa” mengalami berbagai macam bencana, baik alam maupun non alam. Hal ini yang kemudian telah membentuk norma di masyarakat mengenai kepercayaan dan etika dalam membantu sesama dengan tujuan meminimalisasi tidak stabilnya ekonomi dan kesehatan masyarakat Indonesia.

Norma yang telah terbentuk di masyarakat ini merujuk pada kegiatan prososial hendaknya melihat pada ketimpangan ekonomi, misalnya ketika ada masyarakat bawah yang tidak mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari, maka kita wajib untuk membantu, begitu pula sebaliknya sesuai dengan kemampuan. Akan menjadi tidak wajar ketika individu mengetahui ada orang lain yang membutuhkan bantuan, tapi kita bersikap apatis. Akibatnya, oleh masyarakat akan dianggap

aneh dan berbeda. Tidak hanya ketimpangan ekonomi saja, tapi dari kesehatan pun juga perilaku prososial dapat masuk didalamnya.

Situasi dan kondisi seperti pandemi COVID-19 ini merupakan waktu yang sangat tepat untuk individu bersimpati dan berempati pada orang lain yang membutuhkan bantuan langsung maupun tidak langsung. Ini sebagai wujud kematangan sosial yang kita miliki, bahwa sebagai masyarakat Indonesia sudah seharusnya bahu membahu. Bisa jadi ke depan kita sendiri yang mengalami kesusahan. Tentu ketika mengalami kesusahan pun kita akan membutuhkan bantuan orang lain. Masyarakat Indonesia percaya hukum ini bahwa suatu yang kita tanam pasti akan tuai.

Norma tersebut menunjuk pada harapan bersama yang dianggap etis, diinginkan secara budaya, dan sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat Indonesia. Mereka juga berharap dapat melakukannya sesuai norma yang dipelajari dan diinternalisasikan selama ini. Jadi jelas bahwa, kegiatan prososial yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia diharapkan dapat memberi manfaat yang sangat besar bagi semua pihak yang membutuhkan baik yang sakit secara fisik maupun secara ekonomi.

Saat inilah waktu yang paling tepat untuk berempati kepada orang lain yang berada dalam kondisi kesusahan dalam bentuk kegiatan prososial sebagai wujud kematangan sosial kita baik berbentuk materi maupun imateri, baik langsung maupun tidak langsung.

Dari definisi dan penjelasan mengenai perilaku prososial tersebut, tentunya Anda sudah bisa memahami ya mengenai perilaku prososial. Mungkin tercetus di benak Anda, “kok kayaknya pernah ya orang yang pernah nglakuin hal ini?” Yak, memang benar. Sudah cukup banyak organisasi maupun perorangan yang melakukan kegiatan donasi atau kerelawanan. Beberapa contohnya seperti komunitas-komunitas

yang memberikan bantuan berupa *hand sanitizer*, masker, sembako pada masyarakat kurang mampu. Selain itu juga aksi yang dilakukan oleh artis-artis tanah air salah satunya melalui konser dari rumah. Jika Anda masih ingat, alm. Didi Kempot dulu pada bulan April 2020 berhasil mengumpulkan donasi hingga sekitar 7,6 Milyar. Terakhir aksi donasi yang dilakukan oleh tokoh masyarakat yang hingga viral di media sosial yaitu Bupati Klaten.

Dalam aksinya, setiap melakukan donasi selalu mengadakan seremonial, dihadiri oleh media, dan yang sempat jadi perbincangan netizen karena ada foto beliau di *hand sanitizer*. Wow.. tentu hal ini menjadi mencengangkan bukan? Kenapa harus ada foto? Tapi terakhir ketika diklarifikasi menurut pengakuan beliau ada kesalahan teknis di lapangan. Melihat fenomena tersebut, fokus penulis adalah apakah kegiatan amal harus diabadikan di media sosial agar orang-orang tahu? Apakah orang-orang banyak harus tahu kalau kita beramal? Apakah sampai mengadakan seremoni? Apakah itu membawa kebahagiaan tersendiri bagi donatur? Mari kita telusuri lebih dalam lagi.

Mengapa Orang Melakukan Perilaku Prososial?

Fakta bahwa aspek kepribadian terlibat dalam perilaku prososial telah menyebabkan para ahli menyatakan bahwa suatu kombinasi dari faktor-faktor yang relevan menentukan apa yang disebut sebagai kepribadian altruistik. Kepribadian altruistik adalah suatu kombinasi variabel disposisional yang berhubungan dengan perilaku prososial. Menurut Byrne (2005) faktor disposisional yang menyusun kepribadian altruistik (*altruistic personality*) ada 5, apa saja itu?

Yang pertama, empati. Mereka yang menolong mempunyai empati yang lebih tinggi daripada mereka yang tidak menolong. Partisipan yang paling altruistik menggambarkan diri mereka sebagai orang yang bertanggung jawab, bersosialisasi, mene-

nangkan toleran, memiliki *self-control*, dan termotivasi untuk membuat impresi yang baik.

Kedua, memercayai dunia yang adil. Orang yang menolong mempersepsikan dunia sebagai tempat yang adil dan percaya bahwa tingkah laku yang baik diberi imbalan, dan tingkah laku yang buruk diberi hukuman. Kepercayaan ini mengarah pada kesimpulan bahwa menolong orang yang membutuhkan adalah hal yang tepat untuk dilakukan dan adanya pengharapan bahwa orang yang menolong akan mendapatkan keuntungan dari melakukan sesuatu yang baik.

Ketiga, mungkin ini yang paling banyak dialami yaitu tanggung jawab sosial. Mereka yang paling banyak memberikan pertolongan mengekspresikan kepercayaan bahwa setiap orang bertanggung jawab untuk melakukan yang terbaik untuk menolong orang yang membutuhkan.

Keempat, adanya kepercayaan individual. Kepercayaan individual yakin bahwa ia dapat memilih untuk bertingkah laku dalam cara memaksimalkan hasil akhir yang baik dan meminimalkan yang buruk. Mereka yang menolong mempunyai *locus of control* internal yang tinggi. Mereka yang tidak menolong sebaliknya, cenderung memiliki *locus of control* eksternal dan percaya bahwa apa yang mereka lakukan tidak relevan, karena apa yang terjadi diatur oleh keuntungan, takdir, orang-orang yang berkuasa, dan faktor-faktor yang tidak terkontrol lainnya.

•Kelima, egosentrisme rendah. Mereka yang berperilaku prososial tidak bermaksud untuk menjadi egosentris, *self-absorbed*, dan kompetitif.

Menurut Byrne (2005) beberapa motif seseorang melakukan perilaku prososial karena adanya perilaku menolong yang tidak hanya ditujukan kepada orang yang dikenal tetapi juga kepada orang yang tidak dikenal. Artinya, memberikan pertolongan kepada siapa saja yang membutuhkan.

Dalam komunitas pun juga cenderung mudah memiliki perilaku prososial karena senang menjalin kerja sama dan

mendahulukan kepentingan bersama di atas kepentingan sendiri (rasa egosentrisme rendah). Selain itu juga keberanian menanggung risiko. Hal ini paling mendasari seseorang melakukan perilaku prososial karena mempunyai rasa empati yang tinggi, artinya dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain (aspek afektif) dan memahami apa yang dirasakan oleh orang lain (aspek kognitif). Terakhir, mempunyai rasa tanggung jawab yang tinggi baik kepada orang lain maupun tanggung jawab untuk diri sendiri.

Menurut Wu, Sears, Coberley, dan Pope (2016) faktor penentu perilaku prososial yang spesifik dapat diuraikan dari tiga sudut pandang yaitu, dari sudut pandang situasi, si penolong, dan orang yang membutuhkan pertolongan. Berdasarkan sudut pandang situasi ada beberapa faktor penentu perilaku prososial, diantaranya sebagai berikut.

1. Kehadiran orang lain

Menurut Latane (dalam Wu dkk., 2016) kehadiran orang lain yang begitu banyak mungkin telah menjadi alasan bagi tiadanya usaha untuk memberikan pertolongan. Semakin banyak orang lain yang hadir, semakin kecil kemungkinan seseorang benar-benar memberikan pertolongan dan semakin besar rata-rata rentang waktu pemberian bantuan.

2. Kondisi lingkungan

3. Keadaan fisik juga memengaruhi kesediaan untuk membantu. Efek cuaca terhadap pemberian bantuan diteliti dalam dua lapangan yang dilakukan oleh Cunningham (dalam Wu dkk., 2016). Faktor lingkungan yang dapat memengaruhi perilaku prososial adalah kebisingan. Beranjak dari gagasan umum bahwa kebisingan dapat menurunkan daya tanggap orang terhadap semua kejadian di lingkungan, beberapa peneliti menyelidiki apakah kondisi yang mengurangi kecenderungan untuk menolong orang asing yang mengalami kesulitan.

4. Tekanan waktu

Bukti nyata dari efek ini berasal dari penelitian Darley dan Batson (1973) yang menemukan bahwa tekanan waktu menimbulkan dampak yang kuat terhadap pemberian bantuan.

Sudut pandang yang kedua dari faktor penentu perilaku prososial adalah dari penolong. Menurut penelitian terdahulu, bahwa beberapa orang tetap memberikan bantuan meskipun kekuatan situasional menghambat pemberian bantuan, dan yang lain tidak memberikan bantuan meskipun berada dalam kondisi yang sangat mendukung.

Menelusuri Manfaat Melakukan Perilaku Prososial

Ketika kita melakukan perilaku prososial kita melakukan tindakan yang dilakukan atas motivasi untuk memberikan kebaikan bagi orang lain. Dalam kasus ekstrem, altruisme bahkan dilakukan tanpa mengindahkan keselamatan diri sendiri. Berperilaku altruisme dapat meningkatkan *mood* positif. Saat *mood* kita positif, maka kita merasa lebih baik untuk menjalani rutinitas sehari-hari. Misalnya, perasaan senang ketika kita telah melakukan kerja sukarela di komunitas sosial atau memberikan kursi di kendaraan umum kepada orang tua atau ibu hamil. Contoh lain yang lebih sederhana adalah menyingkirkan sampah yang mengganggu laju pejalan kaki atau kendaraan bermotor.

Perilaku prososial yang kemudian membawa kebaikan pada diri seseorang inilah yang membuat seseorang menjadi bahagia. Menurut Seligman (2002), ketika seseorang melakukan perilaku menolong atau altruistik dapat membantu meningkatkan kebahagiaan seseorang. Hal ini didasari dari penelitian eksperimen yang dilakukan oleh Seligman kepada dua kelompok responden. Kelompok pertama diberikan uang untuk dihabiskan dalam rangka bersenang-senang, sedangkan kelompok kedua diberikan uang untuk menolong orang lain.

Hasilnya, kelompok kedua ternyata lebih merasa bahagia dibanding kelompok pertama. Kelompok kedua mengatakan ketika mereka melakukan tindakan untuk membantu meningkatkan kualitas hidup seseorang, mereka menjadi lebih bersemangat dan semangat berbuat kebaikan pada orang lain.

Perilaku Prososial Sebagai Tindakan Egois?

Ketika kita mendengar istilah perilaku prososial selalu dikaitkan dengan perbuatan membantu orang lain. Akan tetapi, secara tidak sadar seseorang melakukan tindakan tersebut atas dasar kepentingan pribadi. Katakanlah ada seseorang menolong orang lain. Secara tidak sadar kita ada harapan untuk mendapatkan perlakuan yang sama dari orang yang kita tolong. Inilah yang kemudian dinamakan *selfish altruism*.

Selfish altruism merupakan motif seseorang yang secara tidak sadar ada ketika seseorang menolong orang lain. Seseorang yang melakukan tindakan altruis berharap mendapatkan timbal balik. Ketika tindakan ini dilakukan maka akan meningkatkan rasa syukur yang nantinya dapat menumbuhkan kebahagiaan pada diri seseorang.

Selain itu, ada alasan lain yang mendasari seseorang melakukan *selfish altruism*. Seseorang yang melakukan *selfish altruism* cenderung ingin melepaskan rasa bersalah ketika ia tidak dapat menolong orang lain. Seperti misalnya ada teman kita yang melakukan donasi membantu pejuang COVID-19. Kita akan merasa tidak enak jika tidak membantu juga sehingga dengan “terpaksa” memberikan donasi juga. Meski begitu, ketika kita melakukan tindakan altruistis ternyata dapat membuat kita bahagia karena dapat membuat orang yang kita bantu senang sehingga di kemudian hari kita memilih melakukannya kembali.

Setiap individu memiliki alasan tersendiri untuk berbuat altruis. Kita tidak bisa memukul rata bahwa setiap orang harus melakukan perilaku altruistis tanpa ada kebutuhan pribadi.

Jadi, wajar jika banyak orang-orang yang cenderung selfish altruism. Hakikatnya orang yang melakukan tindakan altruistis tujuannya baik, yaitu membantu orang yang membutuhkan sehingga sangat layak jika kita memberikan apresiasi jika mungkin ada teman atau orang sekitar kita yang memberikan bantuan pada orang lain. Sebagai contoh, teman Anda sedang mengalami kesulitan bertubi-tubi dalam hidupnya, orang tuanya bercerai, dia baru saja dipecat dari pekerjaannya, usaha sampingannya bangkrut ditipu orang, dan pacarnya meninggalkannya. Anda merasa iba padanya hingga setiap hari anda mengunjunginya, menyemangatnya, membawakannya makanan enak.

Lebih dari itu, Anda juga mulai bolos kerja dan menjual motormu untuk menolong keadaan ekonomi dia. Sebenarnya Anda tidak begitu dekat dengannya, dia pun tidak pernah meminta tolong padamu karena dia masih bisa meminta uang dari ayahnya. Dia pun masih punya motivasi untuk memperbaiki hidupnya. Hanya saja, Anda merasa harus menolongnya setiap hari, Anda bilang padanya bahwa kebetulan pekerjaan sedang tidak banyak *deadline*, maka Anda bisa menemaninya. Namun sebenarnya siapakah yang butuh ditolong? Apakah dia? Ataukah Anda menolong untuk memenuhi harga dirimu?

Gangguan Dalam Melakukan Perilaku Prososial, Masa Ada Sih?

Mungkin kebanyakan dari kita berpikir bahwa perilaku prososial merupakan perilaku yang sah-sah saja. Perilaku yang positif karena dapat membantu orang lain. Tapi ternyata jika perilaku ini dilakukan secara berlebihan dapat menimbulkan suatu masalah yang disebut dengan savior complex.

Savior complex berkaitan dengan perilaku menolong tanpa melihat kebutuhan orang lain sehingga orang yang mengalami savior complex akan mencari-cari orang untuk ia bantu walaupun orang tersebut tidak membutuhkan bantuan (Benton, 2017).

Seseorang yang mengalami savior complex akan merasa bahwa melakukan kebaikan merupakan suatu keharusan. Walaupun tanpa mengharapkan balasan. Akan tetapi, pertolongan yang diberikan tidak ada komunikasi dua arah sehingga yang penting ia memberikan bantuan.

Sebagai contoh, dalam masa pandemi ini, Anda memberikan bantuan berupa masker pada seseorang. Padahal orang yang kalian bantu tidak merasa butuh karena masker yang ia miliki sudah jauh lebih dari cukup. Anda pun tetap memberikan masker tersebut tanpa berharap balasan apapun. Hal ini seakan menjadi suatu hal yang dilematis karena yang penting kita membantu tanpa dikomunikasikan kebutuhannya apa sehingga tidak tepat sasaran.

Seperti yang penulis sampaikan pada bahasan sebelumnya, pada dasarnya menolong itu suatu perbuatan yang baik dan patut dijadikan kebiasaan. Namun kita juga perlu memberikan batasan pada diri kita agar perilaku menolong yang kita berikan dapat memberikan manfaat bagi orang lain. Pasti kita semua pernah mengalami membantu orang lain tapi sebenarnya orang tersebut tidak membutuhkan bantuan kita. Bukannya menjadikan orang lebih baik, tapi bantuan yang kita berikan menjadi sia-sia karena sesungguhnya ada orang yang benar-benar membutuhkan.

Pun menolong tidak hanya berupa bantuan barang atau uang, tapi kata-kata motivasi juga dapat membantu orang lain. Pada dasarnya, orang yang dibantu berubah menjadi lebih baik atau tidak tetap tergantung dari diri mereka sendiri. Tidak semata-mata karena bantuan kita. Bisa jadi kita membantu orang lain, tapi orang tersebut tidak memanfaatkan bantuan kita semaksimal mungkin. Oleh karena itu, bijaklah dalam menolong. Lihat, dengar, rasakan, apakah orang yang kita bantu membutuhkan bantuan? Gunakan nurani kita untuk melihat lebih dekat kondisi orang lain.

Nolong Orang Lain Tapi Masih Ikut-ikutan Temen? Kok Bisa?

Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial ketika individu mengubah sikap dan tingkah laku agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Konformitas didefinisikan sebagai proses penyesuaian diri yang dilakukan oleh individu terhadap norma-norma kelompok (Kaplan, Brooks-Shesler, King, & Zaccaro, 2009). Konformitas juga diartikan sebagai suatu bentuk pengaruh sosial ketika individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Baron, 2005).

Menurut Sears (1985), konformitas ditandai dengan tiga hal, yaitu: (1) kekompakan: semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan kelompok serta semakin besar kesetiaan terhadap kelompok, maka akan semakin kompak kelompok tersebut; (2) kesepakatan: pendapat yang menjadi acuan kelompok yang sudah dibuat memiliki tekanan kuat, sehingga individu harus loyal dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok; (3) ketaatan: tekanan sosial yang membentuk individu bersedia melakukan perilaku tertentu meskipun sebenarnya tidak ingin; hal ini berkaitan juga dengan informasi yang persuasif serta adanya hukuman dan hadiah dari kelompok tersebut.

Ternyata juga ada lho menurut Sarwono (2009) faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam melakukan konformitas, yakni sebagai berikut.

1. Keterpaduan

Keterpaduan atau kohesi adalah perasaan “kekitaan” antara anggota kelompok. Kelompok yang kohesif memiliki perasan solidaritas yang tinggi, yaitu memandang bahwa karakteristik kelompok adalah homogen, berorientasi pada tujuan kelompok dibandingkan tujuan individual. Semakin kuat rasa keterpaduan atau “kekitaan” tersebut, semakin besar pengaruhnya pada individu.

2. Ukuran kelompok
Semakin besar ukuran kelompok (dengan anggota delapan atau lebih) dengan sebgaiian besar anggotanya berperilaku khusus, maka semakin besar kecenderungan anggota kelompok untuk berperilaku yang sama.
3. Suara bulat
Satu orang atau minoritas yang suaranya paling berbeda tidak dapat bertahan lama, karena merasa tidak enak dan tertekan sehingga akhirnya menyerah pada pendapat kelompok.
4. Status
Semakin tinggi status orang yang menjadi contoh, maka semakin besar pengaruhnya bagi orang lain untuk berperilaku sama.
5. Tanggapan umum
Perilaku yang terbuka, yang dapat didengar atau dilihat lebih mendorong konformitas dari pada perilaku yang hanya dapat didengar dan diketahui oleh orang tertentu saja.
6. Orang yang tidak mempunyai komitmen apa-apa kepada masyarakat atau orang yang lebih mudah *conform*.

Kekuatan Peran Seseorang Dalam Melakukan Perilaku Prososial

Sebuah peran memegang kunci bagi kita untuk melakukan sesuatu (Sarwono, 2002), entah kita sebagai orang yang dibantu maupun yang membantu. Hal inilah yang akan menuntun kita untuk berperilaku dalam kehidupan.

Seperti halnya profesi, ada orang yang berprofesi sebagai guru yang perannya mendidik, dokter yang berperan menolong orang sakit, orang tua yang perannya mendidik anak, dan sebagainya.

Perluasan teori peran disebut dengan *life-course* yang berarti setiap individu memiliki harapan pada setiap orang untuk melakukan perannya sesuai dengan kelompok kerja,

kategori usia, dan sebagainya. Di masa pandemi seperti sekarang ini, kita telah melihat peran-peran yang ada. Dokter sebagai garda terdepan membantu pasien-pasien COVID-19, pemerintah menjalankan perannya untuk menurunkan kasus COVID-19, dan masyarakat Indonesia berperan mendukung upaya pemerintah.

Dalam kaitannya dengan peran yang harus dilakukan, tidak semuanya mampu untuk menjalankan peran yang melekat dalam dirinya. Oleh karena itu, tidak jarang terjadi kurangberhasilan dalam menjalankan perannya.

Dalam ilmu sosial, ketidakberhasilan ini terwujud dalam *role conflict* dan *role strain*. Dalam *role conflict*, setiap orang memainkan sejumlah peran yang berbeda, dan kadang-kadang peran-peran tersebut membawa harapan-harapan yang bertentangan.

Menurut Sarwono (2002), terdapat dua macam konflik dalam peran. Pertama, konflik terkait peran yang berbeda. Kedua, konflik dalam menjalankan perannya sendiri. Peran yang melekat pada diri seseorang tentunya mengandung kewajiban yang harus dipenuhi. Selain itu juga menimbulkan konflik pribadi ketika itu sebagai peran tunggal. Misalnya, ketika dokter merasa kesulitan untuk membantu orang yang sakit. Dilema antara yakin dan tidak yakin membantu orang tersebut.

Sementara dalam *role strain*, adanya harapan-harapan yang bertentangan dalam satu peran yang sama ini dinamakan *role strain*. Satu hal yang menyebabkan terjadinya *role strain* adalah karena peran apapun sering menuntut adanya interaksi dengan berbagai status lain yang berbeda.

Sampai tingkatan tertentu, masing-masing interaksi ini merumuskan peran yang berbeda, karena membawa harapan-harapan yang berbeda pula. Oleh karena itu, apa yang tampak sebagai satu peran tunggal mungkin dalam sejumlah aspek sebenarnya adalah beberapa peran.

Peran Kepribadian Dalam Perilaku Menolong

Ternyata, juga ada karakteristik kepribadian yang relatif menetap maupun suasana hati dan psikologis yang lebih mudah berubah, di antaranya: faktor kepribadian, suasana hati, rasa bersalah, *distress* dan rasa empatik.

Faktor kepribadian. Karakteristik kepribadian tertentu mendorong orang untuk memberikan pertolongan dalam beberapa jenis situasi dan menghambat memberikan pertolongan dalam situasi yang lain. Penelitian yang dilakukan Satow (dalam Wu dkk., 2016) bahwa orang yang mempunyai tingkat kebutuhan tinggi untuk diterima secara sosial, lebih cenderung menyumbangkan uang bagi kepentingan amal daripada orang yang mempunyai tingkat kebutuhan yang rendah untuk diterima secara sosial, tetapi hanya bila orang lain menyaksikannya.

Suasana hati. Ada sejumlah bukti menyatakan bahwa orang lebih terdorong untuk memberikan bantuan bila mereka berada dalam suasana hati yang baik. Menurut Isens (dalam Wu dkk., 2016), ada batasan yang penting untuk efek “merasa baik” tersebut. Pertama, efek suasana hati yang positif tidak berlangsung lama. Kedua, suasana hati yang baik bisa menurunkan kesediaan untuk menolong bila pemberian bantuan akan mengurangi suasana hati yang baik tersebut.

Rasa bersalah. Keadaan psikologis yang mempunyai relevansi khusus dengan perilaku prososial adalah rasa bersalah, perasaan gelisah yang timbul bila kita melakukan sesuatu yang kita anggap salah. Keinginan untuk mengurangi rasa bersalah dapat menyebabkan kita menolong orang yang kita rugikan, atau berusaha menghilangkannya dengan melakukan tindakan yang baik.

***Distress* dan rasa empatik.** *Distress* diri (*personal distress*) adalah reaksi pribadi kita terhadap penderitaan orang lain (perasaan terkejut, takut, cemas, prihatin, tidak berdaya,

atau perasaan apapun yang dialami). Sikap empatik (*emphatic concern*) adalah perasaan simpati dan perhatian terhadap orang lain, khususnya untuk berbagai pengalaman atau secara tidak langsung merasakan penderitaan orang lain (Wu dkk., 2016).

Sementara itu, faktor penentu perilaku prososial adalah dari orang yang membutuhkan pertolongan. Seorang yang memiliki jiwa prososial tidak mempertimbangkan apapun kecuali kebutuhan orang yang mengalami kesulitan. Perilaku prososial sehari-hari sering dipengaruhi oleh karakteristik orang yang membutuhkan. Karakteristik pertama adalah menolong orang yang disukai. Berdasarkan penelitian Emswiller (dalam Wu dkk., 2016), tingkat kesamaan antara orang yang akan menolong dan orang yang membutuhkan pertolongan juga penting, individu cenderung lebih memilih memberikan pertolongan pada individu yang mendekati karakteristik yang sama dengannya. Karakteristik kedua adalah menolong orang yang pantas ditolong. Pertolongan yang diberikan faktor kelayakan kebutuhan juga menjadi pertimbangan, orang yang akan menolong menarik kesimpulan tentang sebab-sebab timbulnya kebutuhan orang tersebut.

Selama ini kita sering melakukan perbuatan baik yang tanpa disadari dapat memberikan rasa senang untuk diri sendiri. Misalnya, perasaan senang ketika kita bisa membantu orang lain untuk menyeberang jalan. Perasaan senang ini timbul karena kita merasa telah berbuat baik dan bisa membantu orang lain. Disadari atau tidak, perasaan senang tersebut muncul walaupun perbuatan itu “tampaknya” tidak menguntungkan bagi diri kita secara langsung.

Peran adalah suatu rangkaian perilaku yang diharapkan dari seseorang berdasarkan posisi sosial, baik secara formal maupun informal. Teori peran dalam perspektif dalam sosiologi dan psikologi sosial diantara contohnya adalah seorang ibu yang berperan jadi guru, manajer, dan atau dokter. Peran sosial adalah seperangkat hak, kewajiban, harapan, norma

dan perilaku seseorang untuk menghadapi dan memenuhi kehidupannya. Model ini didasarkan pada pengamatan bahwa orang berperilaku dengan cara yang dapat diprediksi, dan bahwa perilaku individu memiliki konteks tertentu, berdasarkan posisi sosial dan faktor lainnya.

Dari aspek-aspek kepribadian orang dalam melakukan perilaku prososial dapat kita simpulkan bahwa empati menjadi faktor utama seseorang dapat melakukan perilaku prososial. Dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain menjadi hal utama yang mendorong seseorang dapat menolong sesama. Walaupun sebenarnya kalau kita melihat tren masyarakat saat ini dalam memberikan pertolongan, tentu saja ada yang ingin dilihat oleh banyak orang, diakui, dan untuk kebutuhan konten media sosialnya. Sungguh hal yang miris bukan? Padahal... dalam perilaku sosial ada empati yang memuliakan perilaku kita.

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., & Yudianto, 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(4), 649–660. <https://doi.org/10.1037/xap0000011>

- 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 Penikahan	33
4. Aku dan Pasanganku: Uangku, Uangmu, dan Uang Kita	45
5. Menggapai Suasana Hati Positif Dalam Kegiatan <i>Charity</i>	64

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) 2983111
E-mail: ppi@unit.ubaya.ac.id
Web: ppi.ubaya.ac.id

ISBN 978-623-6539-78-1

