

8 | MENGGAPAI SUASANA HATI POSITIF KALA LIBURAN

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

Momen kebersamaan dan berelasi di keluarga saat ini menjadi semakin langka. Kebutuhan kita untuk mengupayakan momen-momen bersama keluarga tidak pernah lebih penting dibandingkan sekarang, mengingat lautan pengalih perhatian yang kita (orang tua dan anak) arungi setiap hari semakin banyak. Pergi berlibur bersama keluarga adalah momen yang sangat berharga. Menyingkirkan pengalih perhatian masing-masing anggota keluarga perlu untuk disepakati dan dilakukan, seperti sosial media, *game online*, dll.

Keluarga kita lebih membutuhkan keberadaan pikiran, hati dan sentuhan kita selama liburan. Berapa banyak waktu yang kita pakai untuk membuat foto, mengatur foto, upload foto, baca komentar dan membalas komentar orang lain? Padahal kita sedang berlibur bersama keluarga. Bersama belum tentu berelasi. Keluarga lebih membutuhkan eksistensi kita saat liburan bukan eksistensi di sosmed.

Stres tentang pekerjaan masih membayangi di tengah waktu liburan Anda. Paling tidak sekitar 21 persen orang dewasa masih stres memikirkan pekerjaan saat liburan berdasarkan survei *American Psychological Association* (APA) tahun 2018. Tentu bayang-bayang pekerjaan saat Anda tengah liburan ke pantai atau luar negeri terasa menjengkelkan. Padahal niat utama untuk liburan untuk rehat sejenak dari tumpukan dan tekanan pekerjaan. Batas-batas yang tidak jelas antara kerja dan liburan tak baik bagi kesehatan Anda. Inilah yang akan kita bahas selanjutnya, bagaimana sih kita bisa tetap bahagia di kala liburan? Apa saja yang memengaruhi? Yuk kita bahas.

Menyingkap Filosofi Liburan

Pada suatu waktu dalam hidup, kita pasti pernah merasakan kepenatan yang membuat kita merasa membutuhkan suatu aktivitas untuk mengembalikan energi positif dalam diri. Biasanya, rasa bosan tersebut dapat teratasi bila kita sejenak keluar dari rutinitas harian, seperti melakukan perjalanan atau pergi berlibur. Terdengar sederhana. Namun, yang harus dipikirkan adalah, apakah kita akan merasa mendapat energi baru saat kembali pulang atau jangan-jangan, kita justru kembali membutuhkan liburan usai pulang berlibur? Saat kita ingin melakukan perjalanan atau pergi berlibur, sebuah perencanaan akan program perjalanan menjadi sangat penting. Untuk dapat merancang program yang sesuai, tentu kita terlebih dahulu harus tahu apa yang sebenarnya kita tuju atau inginkan dari perjalanan yang akan kita lakukan.

Di masa ketika *traveling* dianggap sebagai salah satu cara untuk mencari jati diri serta tujuan hidup, sebagai penyedia jasa biro perjalanan, kita berusaha untuk membantu peserta tour mencapai tujuan yang mereka inginkan dengan menguatkan konten program perjalanan. Suatu program wisata yang penuh diisi kunjungan ke sejumlah tempat secara singkat tanpa

memberi pemahaman atau cerita tentang lokasi tersebut pada peserta tour, secara umum tidak akan menciptakan kenangan. Bila orang sudah tidak *create memories*, dia kemungkinan besar akan lupa. Lantas, proses apa yang bisa diolah dalam dirinya bila berkesan atau diingat saja tidak?

Berangkat dari hal itu, saat membuat suatu program perjalanan, kita terlebih dahulu selalu melakukan visualisasi apa yang dapat orang lihat, ambil, dan rasakan dari mengunjungi suatu tempat. Pun, kita tidak akan membuat suatu program yang terkesan terburu-buru demi mengejar target kunjungan ke banyak tempat. Proses memahami dan merasakan nilai-nilai lokal tidak akan dapat secara maksimum diserap bila hanya sekedar datang, melihat, foto, lalu pergi. Untuk itu, bisa saja kita harus bekerja sama dengan agen wisata lokal dan komunitas setempat untuk dapat memperkaya para traveler ini untuk mendapatkan *experience* di setiap perjalanannya. Jadi yang ditekankan adalah bagaimana mereka mendapat *experience* langsung semaksimal mungkin.

Berbicara mengenai perjalanan bermakna, setiap perjalanan, dengan caranya sendiri, selalu dapat membuka mata akan momen dan interaksi yang ditemui di suatu tempat. Contohnya bila kita melakukan perjalanan panjang dengan teman atau membawa group, sifat alami orang biasanya akan muncul dengan sendirinya di hari-hari akhir perjalanan. Yang semula tampak manis, bisa saja menjadi cranky. Yang semula *easy going*, bisa saja menjadi egois. Kita pun harus dapat beradaptasi akan hal ini bila ingin tetap menikmati liburan. Begitu pun bila kita pergi ke tempat yang memiliki sarana dan prasarana kurang memadai. Kita dapat menjadi merasa bersyukur karena tinggal di tempat yang nyaman, sekaligus menjadi lebih cekatan dalam menyesuaikan diri di tempat baru. Selalu terselip hal baik di setiap kejadian. Memang, banyak hal yang tidak dapat kita kontrol. Namun, kita dapat selalu mengontrol diri kita.

Bila dahulu setiap merancang program perjalanan kita

selalu berusaha sesempurna mungkin, tidak boleh keluar dari rencana, tidak boleh ada *complaint*, dan segala kesempurnaan lainnya, kini marilah kita mulai memandangnya dengan cara berbeda. Kita tidak bisa mengatur para peserta tour bereaksi atau bersikap. Kita perlu bekerja sama dengan sejumlah pihak untuk mewujudkan program perjalanan yang diinginkan. Jadi sebenarnya, kita hanyalah bagian kecil dari sejumlah pihak yang saling berhubungan dan berperan dalam menyediakan pengalaman bagi peserta tour. Oleh karenanya, bila suatu hal yang tidak diharapkan terjadi, lalu kita bersikap keras pada diri sendiri atau pihak tertentu saja, tidak adil juga. Kita tetap membuat rencana, melakukan sesuai porsi kita sebaik mungkin, tapi apa yang akan terjadi selebihnya di luar kendali, kita kini serahkan dan menerimanya sebagai pembelajaran ke depan. Asal dikerjakan dengan niat baik, tujuan yang baik, segala sesuatu pun biasanya akan dengan sendirinya mengikuti berjalan dengan baik pula.

Liburan yang Bermakna Dengan *Mindfulness*. Apa itu *Mindfulness*?

Di tengah kondisi pandemi yang melanda dunia ini, membuat situasi semakin semakin riuh dan cepat, manusia membutuhkan ruang untuk tetap sadar dan selamat melewati semua itu. Dibeberani pikiran masa lalu dan diserang ketakutan akan masa depan, acap kali membuat kita tak mampu mengenali atau mengetahui kondisi kita hari ini. Sekilas, alasan ini pula yang kemudian membuat *mindfulness* hadir serta diterima orang banyak.

Mindfulness dalam bahasa Inggris merupakan kata yang cukup lama yang mengindikasikan kualitas menjadi sadar (*aware*) dan pemusatan perhatian (Kabat-Zinn, 2013). *Mindfulness* merupakan kemampuan manusia yang utama, dan merujuk pada perhatian dan pengetahuan tentang setiap kondisi yang terjadi (Brantley & Millstine, 2011). *Mindfulness* adalah kualitas kesadaran diri (*consciousness*), yang mencakup

keadaan sadar terjaga (*awareness*) dan perhatian (*attention*) dan harus dibedakan dari proses mental seperti kognisi (perencanaan-pengawasan), motivasi, dan keadaan emosi (Brown & Ryan, 2003).

Dari pendapat para ahli mengenai *mindfulness* dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud sebagai *mindfulness* adalah proses yang mengantarkan kualitas perhatian kepada pengalaman disini-saat ini tanpa perlu mengelaborasi, tanpa penilaian, dan penerimaan akan pikiran, perasaan, ataupun sensasi yang muncul dari pusat keadaan sadar terjaga saat ini. Individu yang memiliki *mindfulness* dapat mengendalikan diri dan tidak merespons reaktif setiap bentuk kejadian baik positif, negatif, maupun netral, sehingga dapat mengatasi setiap perasaan yang tertekan dan menimbulkan kesejahteraan diri.

Mindfulness sendiri menjadi salah satu praktik yang berasal dari agama Buddha Kuno yang berfokus untuk mencapai kehidupan harmonis antara diri sendiri dan lingkungan. Secara sederhana, *mindfulness* dapat diartikan sebagai langkah untuk menerima kondisi pada saat ini dengan penuh kesadaran. Berada pada kondisi ini dapat menolong kita dari pikiran masa lalu dan masa depan yang kerap mengganggu kondisi masa sekarang. Bukan berarti masa lalu dan masa depan tidak penting, namun ada masa ketika dua bagian waktu itu benar-benar membuat seseorang kehilangan hal terbaik yang sebenarnya bisa dilakukan pada masa sekarang.

Berdasarkan penjelasan dari Kabat-Zinn (1990), kita dapat memahami tiga hal penting dari *mindfulness*, terutama yang dapat kita terapkan ketika liburan. Pertama, memberi perhatian secara sengaja (*paying attention on purpose*). Pada saat melakukan sesuatu, dibutuhkan perhatian khusus yang membuat kita benar-benar memahami tentang apa yang dipikirkan dan akan dilakukan. Memahami apa yang terjadi di sekitar kita, orang lain atau lingkungan yang ada. Kedua, memberi perhatian pada saat ini (*paying attention in the present moment*). Setelah sebelumnya kita bahas tentang

waktu masa lalu dan masa depan, kita butuh memberikan perhatian pada masa sekarang. Kondisi tersebut menjadi bagian penting dan utama dari *mindfulness*. Sebisa mungkin pikiran yang menjebak kita ke masa lalu dan masa depan, mampu diatasi dengan memastikan kesadaran penuh pada saat ini juga. Ketiga, tidak memberikan penilaian apa-apa (*non-judgmentally*). Bukan berarti kita menjadi tidak peduli dengan berbagai hal yang ada di sekitar kita. Hanya saja, kita perlu memahami secara utuh hal yang terjadi. Meresapi berbagai hal yang berlalu dengan kesadaran yang diyakini dan dengan cara itu kita bisa merasakan kekuatan dari *mindfulness*.

Ternyata, dari beberapa penelitian bahkan telah membuktikan *mindfulness* memiliki sejumlah manfaat seperti mengurangi depresi, meningkatkan kebahagiaan, serta kemampuan mengendalikan diri yang lebih baik. Nah, cara *mindfulness* inilah yang dapat membawa kita pada liburan yang sesungguhnya.

***Be Mindful* Ketika Liburan**

Apakah untuk mendapat ketenangan, mempelajari hal baru, mencoba kuliner lokal, atau apapun itu, kita perlu menyadari apa yang akan panca-indra kita ingin temukan dan rasakan selama sekian hari perjalanan, sekaligus berbuat baik pada sekitar. Itulah yang dimaksud dengan *mindful traveling*. Penerapan dari *mindful traveling*, berangkat dari sudut pandang dan kesadaran pikiran saat kita memulai perjalanan, kita sudah tahu konteksnya adalah kita ingin mendapatkan *experience* atau pengalaman. Sebagai contoh saat kita ingin mengunjungi suatu tempat, dimana banyak persepsi orang yang mengatakan tempat tersebut kotor, tidak teratur, dan rawan.

Menurut Seligman (2004) kebahagiaan adalah keadaan psikologis yang positif dimana seseorang memiliki emosi positif berupa kepuasan hidup dan juga pikiran dan perasaan yang positif terhadap kehidupan yang dijalaninya. 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.

Dari definisi kebahagiaan kita dapat menentukan, apakah kita ingin menggapai bahagia kah ketika liburan? Ingin mendapat kebahagiaan dari setiap liburan yang kita lalui? Nah, bila kita sudah *set* pikiran kita dan sadar bahwa pemandangan serta kondisi ‘semerawut’, demikian yang memang akan kita lihat dan rasakan, kita pun kemungkinan besar akan dengan ringan hati menerima apapun kondisi yang mungkin kita temui, serta tidak kecewa bila satu atau dua hal buruk datang menghampiri. Ya memang hal tersebut terjadi karena kita yang datang ke lokasi rawan, kok. Malah, bisa saja hal buruk tersebut justru membuat kita merasa lebih bersyukur karena tinggal di wilayah yang misalnya terasa aman, nyaman, dan teratur.

Lantas, bagaimana bila kita sudah menempatkan pikiran kita bahwa misalnya tempat yang akan kita kunjungi adalah wilayah yang aman, namun tiba-tiba suatu hal buruk terjadi dan lalu membuat kita merasa kecewa karena tempat tersebut tidak sesuai bayangan? Apakah itu lantas kita dianggap tidak *mindful*? Tidak serta merta disebut demikian. Kembali lagi dalam konteks ‘experience’, *traveling* itu seperti konsep hidup. Kita tidak akan pernah benar-benar tahu apa yang akan terjadi di destinasi tujuan hingga kita merasakannya sendiri. Mungkin kita bisa melakukan perencanaan sedemikian rapi dan detil. Namun, kita tidak bisa sepenuhnya mengontrol apa saja yang akan kita hadapi. Oleh karenanya, bila kita sudah

siap atau sadar dengan memikirkan semua ketidakpastian itu, kita akan lebih memiliki kebesaran hati untuk menerimanya, serta kemungkinan untuk meyakini bahwa itu merupakan salah satu pengalaman dalam liburan yang bisa saja ke depannya memberikan dampak positif.

Bagaimana caranya agar liburan kita bisa bermakna? Kita dapat menggunakan salah satu metode yaitu *mindfulness*. Dalam keadaan *mindful*, orang tidak memberikan analisis kritis atau memberikan penilaian terhadap pengalaman yang dialami. Dengan *mindfulness*, kita dapat memanfaatkan momen liburan ini dengan baik dan sadar penuh. Kita dapat melupakan peran, tugas-tugas, maupun tuntutan kita ke depannya. Kita benar-benar menghargai dan memanfaatkan momen ini untuk diri kita terlebih dahulu kemudian dapat berdampak untuk anggota lainnya.

Sebagai orang tua, seringkali kita memiliki berbagai peran dan tugas. Misalnya, seorang Ibu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan makanan anggota keluarga, mengatur keuangan, maupun membantu pemasukan keuangan di keluarga. Saat liburan ini, kita dapat meninggalkan tugas-tugas tersebut dalam waktu sesaat. Kita dapat memanfaatkan waktu untuk bisa menaruh perhatian secara penuh akan apa yang kita rasakan dan pikirkan saat ini, sehingga kita bisa menyadari dan merasakan apa yang terjadi di tubuh dan lingkungan kita sendiri. Kita bisa merasakan udara yang kita hirup secara perlahan, merasakan nikmatnya air yang kita teguk, maupun merasakan hangatnya sinar matahari yang menyentuh kulit kita. Selain itu, kita juga dapat melakukan latihan “diam sejenak” selama 5 menit secara rutin. Cobalah untuk mengatur nafas, menarik dan membuang nafas dengan ritme yang teratur, membuat diri kita dalam kondisi relaks, melepaskan pikiran maupun perasaan secara perlahan, dan menaruh perhatian kondisi kita saat ini.

Jika kita sudah bersikap *mindfulness* sebagai orangtua, akan membantu kita tidak terlalu reaktif terhadap tingkah anak

ataupun kejadian tidak terduga. Kita akan mencoba memahami dan menerima kejadian yang menyenangkan maupun tidak. Kita akan melihat momen saat itu, tidak mengingat kejadian lalu maupun efek ke depannya.

Bagaimana caranya untuk bersikap *mindfulness parenting*? Pertama-tama, kita coba mengubah *parenting goals* menjadi *relationship goals* untuk hubungan anak dan orangtua. Saat liburan ini, kita dapat mendengarkan secara penuh terhadap cerita anak dan tidak melakukan kritik. Cobalah untuk tidak memberikan penilaian terhadap apa yang dirasakan oleh anak maupun diri sendiri. Misalnya, dari cerita anak kita sudah “cap” anak sebagai anak yang malas atau “cap” diri kita sebagai orangtua yang gagal. Sadar akan emosi yang timbul dan menerima emosi tersebut. Cara yang terakhir adalah memberikan empati dan kasih sayang kepada anak maupun anggota keluarga lainnya.

Liburan Juga Perlu Terencana Lho...

Nah ketika kita berlibur, apakah kita selalu membuat rencana perjalanan? Atau kita justru cenderung berlibur ya asal berangkat saja? Ya.. memang pada prinsipnya liburan yang menyenangkan perlu dengan perencanaan yang baik. Hal ini dapat membantu Anda untuk berlibur dengan nyaman. Buatlah rencana perjalanan atau *itinerary* liburan secara sederhana menurut versi Anda. Tidak perlu terlalu stres memikirkan *itinerary*.

Pastikan sederhana menurut versi Anda itu menjadikan lebih fleksibel. Hal ini akan membantu untuk *be mindful* ketika berlibur. Katakanlah ketika Anda berlibur ke pantai. Nikmatilah desiran pasir, suara ombak, dan angin yang berhembus. Gunakan seluruh panca indera Anda untuk merasakan itu semua. Sebaliknya, jika Anda berada di pantai tapi justru sambil memikirkan pekerjaan, pikiran Anda akan melayang ke kantor tempat Anda bekerja dan tidak *here and now* di tempat liburan Anda.

Mungkin sebagian dari kita pernah mengalami ini. Sedang berlibur tapi masih sibuk buka laptop atau buka *email* melalui telepon genggam kita. Jika kita berada dalam kondisi tersebut, bukannya kita bisa lepas dari stres tapi justru datang stres baru. Hanya yang membedakan berada di situasi yang berbeda.

Cobalah untuk “hadir” pada situasi dan kondisi terkini dan nikmati suasana yang ada di sekitar Anda. Melatih untuk “hadir” penuh pada kondisi liburan tentu bukan suatu hal yang mudah. Nah mengenai tips nya akan kita bahas pada sub bahasan berikutnya.

Tapi terkadang, momen liburan dapat kita jadikan sebagai momen untuk refleksi diri. Melakukan evaluasi terhadap diri kita sendiri. Hal ini dikarenakan ketika kita kembali pada aktivitas kita sehari-hari, justru kita tidak sempat untuk melakukan refleksi pribadi. Kita perlu sadari waktu serba terbatas. Entah karena pekerjaan ataupun sekolah. Refleksi dapat dilakukan di tempat yang menurut Anda nyaman dan situasi yang nyaman pula. Misalnya pada malam hari di pesisir pantai. Liburan tidak hanya sekedar mendapatkan kesenangan, tapi juga untuk menjadikan diri kita menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Harapannya, setelah berlibur kita mendapatkan kondisi yang santai dan senang sekaligus menjadi pribadi yang lebih berkualitas. Liburan tidak hanya menimbulkan kesenangan semata, tapi juga sarana untuk meningkatkan kualitas hidup. Mau mencoba? Silakan Anda coba ketika situasi pandemi ini sudah berakhir.

Sudah *Mindful*, Saatnya *Be Happy!*

Seperti pada bahasan sebelumnya bahwa perencanaan yang baik ketika liburan akan membawa kenikmatan ketika berlibur. Menurut William Jevons, kenikmatan liburan sebenarnya mulai kita rasakan ketika merencanakannya. Emosi positif yang dirasakan akan semakin meningkat ketika mendekati hari liburan kita.

Liburan memang memiliki fungsi untuk *social recharge* yaitu semakin mendekatkan hubungan kita dengan orang-orang terdekat seperti keluarga maupun sahabat.

Liburan dapat menjadi sarana untuk menyeimbangkan sisi *eudaimonia* dan *hedonisme* dalam diri seseorang. Menurut Seligman (2004) keseimbangan dari kedua sisi tersebut akan membawa kebahagiaan. Oleh karena itu, liburan merupakan suatu keharusan bukan? Inilah pentingnya kita memiliki mental liburan.

Mental liburan ini penting karena kita akan tahu kapan kita butuh liburan. Tidak perlu sampai menunggu momen liburan panjang atau akhir tahun. Menurut Bryant dan Verroff (2017), seseorang dapat melakukan liburan dalam sehari-harinya. Caranya, sempatkan diri kalian setiap harinya untuk *take a break* beberapa menit, misalnya 45 menit per hari. Sekadar untuk membaca novel, berolahraga ringan, atau menghirup udara segar di sekitar rumah. Intinya adalah lakukan aktivitas favorit Anda selama hal itu dapat membuat kenyamanan dan Anda menikmatinya.

Liburan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Kuncinya, kita dapat menikmati aktivitas tersebut. Nah yang perlu diingat juga, sekali lagi bahwa kenikmatan liburan dapat Anda rasakan ketika merencanakannya. Nah, setelah ini kita akan bahas mengenai berbagai cara yang bisa kita lakukan agar tetap mindful sehingga kita bisa bahagia ketika liburan.

Ingin Bahagia Ketika Liburan, Caranya?

Berlibur adalah kebutuhan yang sama berharganya dengan bekerja. Melepaskan diri sejenak dari kepenatan aktivitas harian mendatangkan manfaat bagi kesehatan psikologis kita. Begitu kah? “Kamu kurang piknik sih...” Pernah dengar ucapan seperti itu? Atau mungkin pernah ada teman yang mengatakan kepada Kamu, saat Kamu sudah merasa lelah, sulit fokus, tidak produktif dan sebagainya? Ya, ucapan pada *moment-*

moment yang disebutkan temanmu itu memang berhubungan dengan manfaat liburan. Ketika kita sedang berhenti dalam sebuah kelelahan dan kejenuhan, maka berliburlah. Lalu apa yang perlu kita lakukan?

1. Beritahu rekan kerja di kantor. Sampaikan rencana liburan Anda ke rekan di kantor dan juga atasan. Tujuannya tentu bukan untuk pamer melainkan memberi tahu mereka rencana liburan Anda. Menurut Grawitch dan Ballard (2019) bisa dilakukan perencanaan tugas di tanggal-tangga Anda liburan dengan baik.
2. Batasi mengecek ponsel. Menurut Atkinson, Fuller, dan Painter (2016) otak kita terhubung dengan teknologi, dan terhubung dengan pekerjaan serta rekan kerja kami. Dalam sebuah penelitian 2016 menemukan rata-rata orang menyentuh ponselnya 2.617 kali sehari. Ada juga 10 persen diantaranya menyentuh ponsel sebanyak 5.427 kali dalam 24 jam. Menurut Atkinson, Lucas, dan Hall (2011) untuk lepas dari stres akibat pekerjaan tidak hanya membutuhkan waktu berlibur tetapi juga dalam intensitas Anda dalam mengecek pesan baik itu email maupun SMS dari rekan kerja. Solusinya memeriksa email sekali sehari, atau memanfaatkan akses *Wi-Fi* selama berada di kamar hotel.
3. Nikmati liburan alam. Menurut Atkinson, Fuller, dan Painter (2016), liburan dekat dengan alam merupakan cara luar biasa untuk kembali rileks dan memulihkan jiwa kita. Hal ini berlaku terutama bagi yang bekerja di dalam kantor. Bagi Anda pekerja kantoran pilihlah liburan ke pantai, gunung, atau wisata alam lainnya.
4. Tahu liburan terbaik untuk Anda masing-masing. Ada orang yang liburan dengan yoga atau sepeda santai sudah merasa rileks, tapi ada juga yang merasa aktivitas fisik itu kurang menantang. Jadi, dia memilih olahraga yang lebih menantang misalnya mendaki gunung seperti disam-

paikan Jaime Kurtz seorang profesor psikologi dari *James Madison University*.

5. Spontanitas. Jika hanya punya beberapa hari liburan di suatu lokasi pasti Anda sudah punya rencana bakal melakukan ini dan itu. Menurut Kurtz (2016) perlu diingat spontanitas adalah kunci utama kebahagiaan saat liburan. Mengemas jadwal liburan dengan rapi dan apik seperti melakukan kegiatan ini lalu makan di restoran terbaik di kota itu memang menyenangkan tapi bisa membuat Anda kecewa dan lelah. Oleh karena itu, saat liburan biarkan Anda mengikuti arus, menikmati setiap kejutan yang ada. Itu akan membuat liburan terasa unik karena kehidupan sehari-hari saat bekerja tidak memberikan fleksibilitas seperti itu.
6. Membuat perencanaan sebelum masuk kerja. Kembali lagi dalam realitas kerja akan membuat Anda kembali stres sehingga dapat menghapus manfaat liburan yang telah dilewati. Guna mencegah hal tersebut, menurut Grawitch, Ledford, dan Ballard (2009) menyarankan siapkan satu hari di rumah sebelum esok kembali berangkat bekerja. Hal tersebut guna mengembalikan kebiasaan dalam ritme kerja sehingga dapat memungkinkan Anda kembali terbiasa mengelola pekerjaan agar tidak kewalahan ketika mulai aktif bekerja di kantor.

Liburan itu Penting, Apa Saja yang Kita Dapatkan?

Memang, kala libur kadang tidak sepenuhnya kita lepas dari kesibukan. Pekerjaan barangkali saja masih tetap setia bercokol di pikiran, gadget juga membuat kita tetap terhubung dengan tugas-tugas dan tempat kerja, apalagi dengan adanya media sosial di tangan. Pada saat seperti ini, sebenarnya kita tidak sepenuhnya berlibur. Akibatnya, penyerapan atas manfaat berlibur bagi kesehatan psikologis tidak sepenuhnya kita rasakan. Apa sih manfaat berlibur untuk kesehatan psikologis

kita? Setidaknya ada lima manfaat yang dapat kita petik dari berlibur (sepenuh hati).

1. Relaksasi
Berlibur akan mengendurkan otot-otot dan syaraf-syaraf yang tegang. Ketika kita rileks, maka peredaran darah juga menjadi lebih lancar. Pada saat itu, pikiran kita juga bisa menjadi lebih santai. Beban emosional yang sedang kita pikul juga sejenak dilepaskan.
2. Penyegaran kembali (refresh)
Ketika otot-otot dan syaraf menjadi rileks, maka beban pikiran dan ketegangan emosi juga semakin berkurang. Kita akan kembali menjadi lebih segar.
3. Daya serap
Ketika kita menjadi lebih santai, maka pikiran kita juga menjadi lebih terbuka untuk menerima informasi. Daya serap kita juga menjadi berlipatganda setelah bersantai. Karena itulah, jika kita ingin aktivitas belajar lebih efektif, kita selalu menyelinginya dengan jeda atau istirahat sejenak. Liburan juga punya fungsi yang sama untuk kesibukan kita sehari-hari.
4. Kreativitas
Liburan juga berfungsi untuk mengondisikan diri kita berada pada zona inkubasi. Pada saat itu, kita melepaskan dari ketegangan pikiran yang mungkin saja sedang sibuk mencari pemecahan atas persoalan. Ketika kita berada pada zona inkubasi, kita memberikan peluang bagi pikiran untuk terinspirasi, mendapatkan insight-insight atas berbagai persoalan yang kita hadapi.
5. Produktivitas
Ketika kita kembali menjadi lebih kreatif, maka saat itu juga kita siap untuk melakukan produksi. Gagasan-gagasan kita bisa kita realisasikan. Maka produktivitas kita menjadi bertambah.

Berlatih Tetap *Mindful* dan *Happy* Walau Rencana Liburan Tertunda

Di masa setelah pandemi COVID-19 merupakan masa untuk melepaskan rasa penat yang selama ini menghinggapi diri kita. Kita perlu untuk “mencuri waktu” yang lebih penuh perhatian terhadap liburan. Hampir klise untuk mengatakan liburan bisa membuat stres. Alih-alih damai dan sukacita, realitas sering tetap sama. Tidak semua orang akur, pesawat ditunda, dan makan malam dibakar. Gambaran sempurna apa pun tentang liburan yang kami bangun dalam pikiran kami, dipenuhi dengan harapan tentang bagaimana seharusnya hidup, jarang bertemu untuk waktu yang lama.

Satu perangkap mental yang terkait kadang-kadang disebut “pikiran yang membandingkan.” Kita mungkin berpikir untuk diri kita sendiri: Beginilah keadaannya - dan ini adalah gambaran yang seharusnya. Kami berusaha untuk menciptakan kembali gambar kebahagiaan liburan, dan itu membuat kami lelah. Ilusi-ilusi yang digambarkan dalam pertunjukan, film, atau iklan mengatur realitas kita yang lebih rumit menjadi bantuan yang mengganggu. Konsumerisme itu sendiri mengarah pada ketidakbahagiaan, mendorong keinginan kita yang terus-menerus lapar dan gelisah bahkan lebih.

Gambaran sempurna apa pun tentang liburan yang kita bangun dalam pikiran kita, penuh dengan harapan tentang bagaimana seharusnya hidup, jarang bertemu lama.

Daripada membidik kesempurnaan dan membiarkan setiap detail membuat kita khawatir, kita dapat menggunakan liburan untuk secara aktif menghargai orang-orang di sekitar kita dan nasib baik kita di mana pun kita menemukannya.

Bahkan ketika semuanya berantakan, sering ada lebih banyak untuk dilihat. Seringkali, ketika Anda melepaskan ekspektasi keras dan cepat, Anda membuka diri untuk lebih banyak kesempatan untuk koneksi dan sukacita. Berikut cara-cara untuk menaklukkan stres liburan:

Mulailah dengan menenangkan pikiran dan tubuh Anda dengan mengambil beberapa napas dalam-dalam. Latihan mindfulness adalah kesempatan untuk membangun kemampuan untuk mengamati tanpa spiral reaktif normal kita. Untuk beberapa saat, kami beristirahat sejenak dari stres liburan kami.

Lapor masuk. Perhatikan apa pun yang sedang terjadi untuk Anda sekarang, dan kemudian kembali ke napas. Apakah Anda merasa stres, santai, atau apa pun, untuk sesaat, biarkan saja. Tanpa penghakiman atau harapan, perhatikan saja semuanya, dan kembali ke napas berikutnya.

Sekarang, bayangkan beberapa minggu ke depan. Luangkan waktu sejenak untuk memperhatikan apa yang terlintas dalam pikiran ketika Anda membayangkan musim liburan. Bagaimana perasaan tubuh Anda: apakah itu ketat, atau gelisah, atau bahkan mual, atau kelelahan? Perhatikan itu, dan biarkan itu terjadi, dan kemudian kembali ke napas.

Beri label emosi. Emosi apa yang muncul? Mungkin ada campuran kegembiraan, kegembiraan, ketakutan, dan kelelahan. Kemana pikiranmu pergi? Mungkin ada pusaran gambar-gambar yang bertentangan, apa yang mungkin terjadi, stres atas apa yang tampaknya mungkin, atau perencanaan ruminatif atas pesta, dan hadiah, dan perjalanan.

Bersantai dalam napas. Saat ini, tidak ada yang bisa dilakukan, tidak ada orang, tidak ada tempat untuk pergi. Pada saat ini, duduk, inilah semua yang ada. Beberapa waktu lain mungkin untuk bertindak atau berpikir. Saat ini, jagalah apa pun yang muncul, tetapi jika tidak, lepaskan untuk memperbaiki dan bergerak, dan fokus pada napas berikutnya lagi.

Geser perhatian Anda ke seseorang yang Anda sayangi. Sekarang luangkan beberapa saat untuk fokus pada teman dan keluarga Anda. Bayangkan mereka, dan semoga mereka baik, di mana pun mereka berada: kedamaian, atau kesehatan, atau perjalanan yang aman.

Sekarang fokuslah pada diri Anda sendiri . Ini adalah saat stres, mungkin. Doakan sendiri apa pun yang Anda lakukan untuk keluarga Anda: kemudahan, atau kedamaian, atau kebahagiaan. Luangkan waktu sejenak untuk bersyukur atas apa pun yang terlintas dalam pikiran.

Berlatihlah, sebaik yang Anda bisa, lepaskan. Gambaran tentang makanan itu, atau cemoooh itu, atau badai yang menggagalkan rencanamu - semuanya hanya pikiran. Perhatikan keinginan dan hantu lapar yang selalu menginginkan lebih banyak. Tandai semuanya, jika Anda suka, pikir. Jangan bergumul dengannya, dan jangan terlalu banyak terlibat dengannya. Catatan: berpikir, dan kemudian kembali ke... Bernapas, dan bernapas keluar.

Biarkan liburan terjadi. Berhati-hatilah untuk melakukan apa pun yang membuat Anda tetap bertahan, seperti tidur dan olahraga. Nikmati saja, rencanakan apa yang perlu direncanakan, dan lepaskan sisanya. Berfokuslah pada apa pun yang Anda hargai dan temukan yang paling menopang sepanjang tahun ini.

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(2), 283–294. <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



9 786236

539781