

JURNAL PSIKOLOGI PROYEKSI

Nofiyanti, Joko Kuncoro & Erni Agustina Setiowati
Hubungan Antara Sensitifitas Terhadap Penolakan
Dengan Kemandirian Penyandang Tuna Netra Di DPC Pertuni Kota Semarang

Retno Setyaningsih
Murah Hati Saat Mengalami Emosi Terima Kasih

Annisatu Sholihah & Falasifatul Falah
Mereka (Yang Memaklumi Terorisme) Menyalahkan Amerika
Keterkaitan Antara Prasangka Terhadap Amerika
Dan Sekutunya Dengan Sikap Terhadap Terorisme
Pada Santri Putri Di Pondok Pesantren Al-Mukmin, Ngruki, Sukoharjo

Rohmatun
Hubungan Efikasi Diri Dan Pola Asuh Otoriter
Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa

Purwaningsih & Anna Dian Savitri
Kebermaknaan Hidup Pada Ibu Rumah Tangga Penderita HIV/AIDS

Anita Cresentiana, Linda Yosephi & Gusti Yuli Asih
Kesejahteraan Psikologis Ditinjau Dari Dukungan Sosial Keluarga

Arini Novia, Joko Kuncoro & Inhasuti Sugiasih
Pengaruh Penyuluhan Tentang Bahaya Merokok
Pada Remaja Terhadap Sikap Remaja Mengenai Perilaku Merokok

JURNAL PSIKOLOGI
PROYEKSI

Terbit Sejak
2006

ISSN :
1907-8455

Volume 9, Nomor 1, April 2014

Ketua Penyunting (Editor in Chief):
Joko Kuncoro

Penyunting Pelaksana (Co. Editor):
Ruseno Arjangi
Falasifatul Falah
Erni Agustina Setiowati

Kesekretariatan dan Distribusi :
Ragil Pujiono
Agustin Handayani

Alamat Penyunting:
Fakultas Psikologi UNISSULA
Jl. Raya Kaligawe KM. 4 Semarang, Telp. (024) 6583584 psw 240/241 email: seno.ruseno@gmail.com

Terima kasih dan Penghargaan setinggi-tingginya kepada Mitra Bestari kami :

Asmadi Alsa (UGM), M. Noor Rochman Hadjam (UGM), Endang S. Soesilowati (LIPI),
Riwanto Tirtosudarmo (LIPI), Fuad Nashori (UMS)

Jurnal Psikologi Proyeksi terbit setahun dua kali tiap April dan Oktober. Redaksi mengundang para penulis untuk mengirimkan artikel hasil penelitian maupun pemikiran dibidang psikologi maupun bidang lain yang terkait. Redaksi berhak mengedit naskah sepanjang tidak mengubah substansi tulisan.

ISSN : 1907-8455

JURNAL PSIKOLOGI
PROYEKSI

Volume 9, Nomor 1, April 2014

- 1-12 **Hubungan Antara Sensitifitas Terhadap Penolakan Dengan Kemandirian Penyandang Tuna Netra Di DPC Pertuni Kota Semarang**
Nofiyanti, Joko Kuncoro & Erni Agustina Setiowati
- 13-20 **Murah Hati Saat Mengalami Emosi Terima Kasih**
Retno Setyaningsih
- 21-30 **Mereka (Yang Memaklumi Terorisme) Menyalahkan Amerika Keterkaitan Antara Prasangka Terhadap Amerika Dan Sekutunya Dengan Sikap Terhadap Terorisme Pada Santri Putri Di Pondok Pesantren Al-Mukmin, Ngruki, Sukoharjo**
Annisatu Sholihah & Falasifatul Falah
- 31-38 **Hubungan Efikasi Diri Dan Pola Asuh Otoriter Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa**
Rohmatun
- 39-46 **Kebermaknaan Hidup Pada Ibu Rumah Tangga Penderita HIV/AIDS**
Purwaningsih & Anna Dian Savitri
- 47-54 **Kesejahteraan Psikologis Ditinjau Dari Dukungan Sosial Keluarga**
Anita Cresentiana, Linda Yosephi & Gusti Yuli Asih
- 55-62 **Pengaruh Penyuluhan Tentang Bahaya Merokok Pada Remaja Terhadap Sikap Remaja Mengenai Perilaku Merokok**
Arini Novia, Joko Kuncoro & Inhastuti Sugiasih

MURAH HATI SAAT MENGALAMI EMOSI TERIMA KASIH

Retno Setyaningsih

Fakultas Psikologi UNISSULA Semarang

Abstrak

Emosi terima kasih berdasarkan temuan penelitian sebelumnya berhubungan dengan perilaku prososial. Tsang (2006) berhasil membuat percobaan yang mampu membuat partisipan merasakan emosi terima kasih secara nyata, bukan hanya sekedar mengisi skala atau merenungkan kejadian yang patut disyukuri. Penelitian ini mereplikasi penelitian itu dengan sedikit perubahan yakni jumlah sampel yang lebih besar dan dilakukan pada partisipan yang memiliki latar belakang budaya berbeda dengan partisipan sebelumnya. Eksperimen dilakukan terhadap 136 mahasiswa yang secara random dipisahkan untuk mendapatkan manipulasi yang berbeda, kelompok *favor* sebagai kelompok yang mendapatkan keberuntungan karena kebaikan orang lain, dan kelompok *chance* yang seolah-olah hanya karena beruntung tanpa pengaruh kebaikan dari orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum orang yang mengalami emosi terima kasih lebih murah hati dibandingkan yang hanya merasa beruntung. Selain itu, alasan tindakan prososial yang juga berbeda, kelompok terima kasih lebih didominasi oleh keinginan membalas budi, sedangkan kelompok yang hanya beruntung melakukan tindakan prososial untuk menegakkan prinsip keadilan.

Kata kunci: terima kasih, balas budi, keadilan.

Abstract

According to the findings of previous studies gratitude emotion related to prosocial behavior. Tsang (2006) succeeded in making an experiment that can make the participants feel the real emotion of gratitude, not only self report or gratitude contemplation event. That study replicated with slight changes, larger samples and administered on participants who have different cultural background with previous participants. Experiments conducted on 136 students were randomly assigned to obtain different manipulations, favor groups as a group that got benefit from the goodness of others, and the chance group as a control group. The results showed that in general people who experience gratitude emotion more generous than that just feel lucky. Moreover, the reason prosocial actions are also different, favor group is dominated by the desire to return the favor, while the chance group just act to uphold the principles of justice.

Pendahuluan

Hubungan interpersonal dalam kehidupan sosial berjalan berdasarkan hukum-hukum, seperti hukum pertukaran sosial. Manusia selalu membandingkan energi yang dikeluarkan dengan apa yang sudah didapatkan dari pihak lain. Hasil perbandingan ini menjadi pemandu perilaku selanjutnya. Namun adakalanya, keberuntungan tiba-tiba diperoleh sebagai bentuk kebaikan dari pihak lain. Kondisi ini memunculkan emosi terima kasih, sebuah emosi senang karena belum memberi tetapi sudah menerima (Emmons & McCullough, *Counting Blessings Versus Burdens: An Experimental Investigation of Gratitude and Subjective Well-being on Daily Life*, 2003).

Tesser, Gatewood, dan Driver, (1968 dalam Emmons & McCullough, 2003) menyatakan bahwa kuat lemahnya emosi terima kasih yang muncul berhubungan dengan persepsi penerima terhadap niat pemberi. Penerima menilai niat pemberi, biaya dan usaha yang dilakukan oleh pemberi, dan sejauhmana pemberian itu bernilai bagi penerima. Apabila pemberi dinilai tulus, usahanya besar, dan pemberian sangat bernilai bagi penerima maka semakin besar emosi terima

kasih yang dirasakan. Oleh karena itu, secara sederhana terima kasih adalah sebuah emosi yang dirasakan ketika mendapatkan keberuntungan dari pihak lain (Emmons & Crumpler, 2000).

Emosi terima kasih berdampak positif bagi pihak yang merasakan. Berbagai penelitian melaporkan bahwa emosi terima kasih secara mampu meningkatkan kesejahteraan subyektif seseorang, menurunkan keluhan (Emmons & Crumpler, 2000), meningkatkan afek positif dan meningkatkan kepuasan hidup (Emmons & McCullough, 2003; Watkins, Woodward, Stone, & Kolts, 2003). Emosi ini juga membawa dampak positif terhadap kesehatan secara fisiologis (Rash, Matsuba, & Prkachin, 2011) partisipan yang diminta merenungkan sesuatu yang membuat dirinya merasa berterima kasih sebanyak dua kali seminggu selama empat minggu, memiliki tekanan darah dan denyut jantung, kepuasan hidup, dan self esteem yang lebih tinggi dibandingkan dengan partisipan yang hanya diminta mengingat kenangan masa lalu.

Dua emosi positif muncul ketika seseorang merasa berterima kasih (Tsang, 2006). Keduanya adalah emosi positif terhadap suatu keberuntungan yang dirasakan dan emosi positif kepada pihak lain yang memberi keberuntungan tersebut. Namun demikian, McCullough, Kilpatrick, Emmons, & Larson (Tsang, 2006) menyatakan selain emosi positif ada juga emosi lain yang muncul yakni adanya perasaan berhutang kepada pihak pemberi, sehingga perlu tindakan balas budi. Partisipan yang berada dalam skenario skenario ditolong oleh orang asing pun rela memberikan balasan yang membutuhkan pengorbanan besar (Bartlett & DeSteno, 2006).

Tsang (2006) mencoba memunculkan emosi terima kasih secara lebih riil dalam kanvas laboratorium, bukan hanya menggunakan *self report* atau skenario yang susah diukur emosi terima kasihnya. Penelitian dilakukan dengan memanipulasi kondisi terima kasih dengan tiga babak pembagian uang, uang fiktif (Tsang, BRIEF REPORT Gratitude and prosocial: an experimental test of gratitude, 2006) dan diperbaiki prosedurnya menggunakan uang sungguhan (Tsang, Schulwitz, & Carlisle, 2012). Partisipan dikondisikan seolah-olah menerima kebaikan dari pihak lain dengan membagi secara acak dalam dua kondisi yaitu *favor* dan *chance*. Kondisi *favor* adalah kondisi yang memunculkan emosi terima kasih, sedangkan sebagai kontrol adalah kondisi *chance* yaitu beruntung tanpa ada persepsi mendapatkan kebaikan dari pihak lain.

Penelitian yang menggunakan 40 mahasiswa itu (Tsang, 2006) mampu membangkitkan emosi terima kasih dan menampilkan apakah motivasi yang mendasari mengapa partisipan melakukan tindakan balasan. Data mengenai motivasi yang melatarbelakangi tindakan balasan (membagi uang pada pasangan anonim) diperoleh dengan meminta partisipan memilih 7 alasan yang disediakan yaitu: mendapatkan uang, *be fair*, membantu orang, mengekspresikan terima kasih, membangun keadilan, memenuhi kewajiban, dan bertindak sesuai moral. Hasilnya partisipan dalam kelompok *favor* lebih murah hati dibandingkan kelompok *chance*, partisipan dalam kelompok *chance* secara signifikan lebih termotivasi untuk mendapatkan uang, dan partisipan pada kelompok *favor* lebih termotivasi untuk mengekspresikan terima kasih.

Sepanjang pengetahuan penulis belum pernah pemunculan emosi terima kasih secara riil diujicobakan di sini. Penelitian mengenai terima kasih sebagai emosi pun masih jarang dilakukan, dan jika pun ada penelitian baru sebatas *self report* menggunakan skala bersyukur (Raop & Kadir, 2011). Penelitian yang menggunakan desain kuasi eksperimen juga baru satu yang dilakukan untuk meningkatkan Subjective Well-being pada penduduk miskin di kota Surakarta (Anggarani, Andayani, & Karyanta, 2013). Namun demikian, pelatihan sebanyak 4 kali pertemuan melalui beberapa metode seperti *games*, *simulation*, *mental imagery* pada 10 orang penduduk dengan kriteria miskin sebagai kelompok eksperimen dan 9 orang sebagai kelompok kontrol ini belum dapat menunjukkan apakah partisipan benar-benar mengalami emosi terima kasih.

Berangkat dari pemikiran itu, penulis tertarik mengujicobakan eksperimen pemunculan emosi terima kasih (Tsang, 2006). Perbedaan budaya antara orang Amerika dengan *self contrual independence* dengan orang asia yang lebih *interdependence* (Markus & Kitayama, 1991) mungkin akan mempengaruhi perbedaan motivasi dan seberapa besar mereka akan murah hati untuk berbagi. Penelitian ini mereplikasi penelitian Tsang (2006) dengan menggunakan material uang sungguhan

(Tsang, dkk., 2012). Perbedaan lain yang mendasar adalah apabila pada penelitian sebelumnya data motivasi diambil dengan menggunakan pilihan jawaban yang tertutup, penelitian ini mengakses data motivasi menggunakan pertanyaan terbuka. Mengingat kekhawatiran akan tingginya *social desirability* sehingga partisipan akan menjawab sesuai dengan standar moral yang diinginkan oleh masyarakat.

Dugaan untuk perbedaan perilaku berbagi masih sama dengan penelitian sebelumnya, yakni orang pada kondisi terima kasih (*favor*) lebih prososial dibandingkan kondisi beruntung (*chance*). Namun sebesar apa mereka bermurah hati dan apa motivasi yang melatarbelakangi mungkin berbeda terkait dengan perbedaan budaya yang ada.

Metode Penelitian

Partisipan

Partisipan penelitian ini berjumlah 136 orang, mahasiswa semester satu dan tiga di fakultas Psikologi Unissula Semarang. Jenis kelamin laki-laki sebanyak 19 orang dan sisanya 125 mahasiswa perempuan, dengan usia rata-rata 18,7 tahun.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala emosi terhadap pasangan yang dipakai untuk menguji keberhasilan manipulasi terima kasih yang diberikan (Tsang, 2006; Tsang, dkk, 2012). Skala ini diberikan setiap satu babak selesai dilakukan. Partisipan diminta merespons terhadap 10 item perasaan yang terdiri dari: senang, bersyukur, berhutang, bahagia, bingung, berterima kasih, menghargai, simpati, kesal, dan marah. Partisipan diminta melingkari kekuatan dirasakannya emosi itu dalam skala 1 sampai 9 (1 artinya sangat lemah dirasakan, dan 9 menunjukkan sangat kuat).

Prosedur Eksperimen

Partisipan menerima *cover story*, bahwa sedang ada penelitian mengenai kehidupan mahasiswa di lima kota besar di Indonesia (Semarang, Jakarta, Medan, Jogjakarta, dan Surabaya). Sebagai pelengkap *cover story*, partisipan diminta mengisi identitas berikut kegiatan dan buku yang digemari, serta alasan mengapa menyukai buku tersebut. Selanjutnya partisipan mengisi *informed consent*. Selanjutnya, partisipan secara acak, dibagi ke dalam dua kelompok untuk menerima manipulasi terima kasih, kelompok *favor* (keberuntungan karena kebaikan pihak lain) atau kelompok *chance* (keberuntungan karena hasil undian).

Partisipan pada semua kondisi diberi tahu bahwa mereka dipasangkan dengan pihak lain di ruangan yang lain, yang identitasnya dirahasiakan, namun apabila mau, partisipan bisa berkomunikasi dengan pasangannya secara tertulis melalui eksperimenter. Selanjutnya, eksperimenter menjelaskan bahwa ada uang senilai Rp. 30.000,- yang akan dibagi untuk partisipan dan pasangannya dalam 3 babak pembagian uang, dan masing masing babak ada aturan yang berbeda.

Babak pertama, semua kelompok menerima uang berdasarkan undian, sejumlah Rp. 3000,- untuk mereka dan Rp. 7000,- untuk pasangan, lalu diminta mengisi kuesioner emosi terhadap pasangan. Babak kedua, semua mendapat uang Rp. 9000,-. Perbedaan kedua kelompok di babak ini adalah pada kelompok *favor* partisipan diberitahu bahwa pasangan merekalah membagi uang dan diberi tahu bahwa pasangan mereka baik hati karena hanya menyimpan sedikit buat dirinya. Informasi ini diperkuat dengan surat tulisan tangan seolah-olah dari pasangan. Sedangkan pada kondisi *chance*, uang yang diperoleh dinyatakan masih berdasarkan undian. Selanjutnya semua partisipan kembali diminta mengisi kuesioner emosi terhadap pasangan seperti pada babak pertama. Babak ketiga, partisipan diberi uang sebesar Rp. 10.000,- dan diminta membagi kepada pasangannya, serta ditekankan bahwa berapapun jumlahnya tidak masalah, karena itu hak mereka dan identitasnya juga dirahasiakan dari pasangan. Setelah membagi uang, partisipan diminta mengisi

kuesioner emosi seperti babak sebelumnya. Partisipan lalu diberi kesempatan untuk menulis alasan mereka mengapa jumlah itu yang diberikan kepada pasangannya.

Terakhir sebagai penelusuran hipotesis adanya kecurigaan, partisipan diminta menjawab "Apa kira-kira tujuan penelitian ini?". Partisipan juga mendapatkan penjelasan bahwa uang yang dipakai adalah bagian dari material penelitian, dan meminta uang itu dikembalikan, dan sebagai gantinya partisipan akan diikutkan dalam undian untuk memperoleh uang senilai Rp. 50.000,- sebanyak 5 orang. Partisipan juga diminta menjaga kerahasiaan penelitian.

Teknik Analisis Data.

Penelitian ini menggunakan model gabungan dalam analisis data, yakni secara kuantitatif dan kualitatif. Pengujian keberhasilan manipulasi terima kasih, dan seberapa besar partisipan bermurah hati dilakukan dengan uji *independent sample t test*.

Data motivasi dianalisis dengan pendekatan kualitatif yakni dengan teknik analisis *grounded theory: open coding, axial coding, dan selective coding* (Strauss & Corbin, 1990). Open Coding adalah mengelompokkan data berdasarkan kategori-kategori secara terbuka sesuai dengan data yang ada. Koding ini dilakukan dengan menganalisis jawaban dan mencari gagasan utama dari tiap jawaban. *Axial coding* adalah perbandingan dan pengelompokan untuk kategori-kategori yang diperoleh. Terakhir dilakukan *Selective coding* yakni proses memilih kategori utama, atau tema utama yang mendominasi jawaban subyek penelitian. Setelah kategori utama diperoleh dilakukan uji *chi-square* untuk melihat adakah perbedaan antara kelompok *favor* dan kelompok *eksperimen* dalam hal motivasi berbagi kepada pasangan.

Hasil Penelitian

Manipulation Check

Ukuran keberhasilan manipulasi terima kasih pada penelitian ini adalah partisipan akan lebih merasa senang dan kurang kesal terhadap pasangannya pada babak kedua (menerima uang Rp. 9000,-) dibandingkan babak pertama (mendapatkan uang Rp. 3000,-). Hasil uji *t* menunjukkan bahwa secara signifikan partisipan pada babak kedua merasa lebih senang terhadap pasangannya ($M = 6,39$, $SD = 1,777$), dibandingkan pada babak pertama ($M = 5,41$, $SD = 1,675$), $t(135) = -5,479$, $p < 0,01$. Partisipan juga secara signifikan kurang merasa kesal terhadap pasangannya ketika babak kedua ($M = 2,19$, $SD = 1,640$) dibandingkan babak pertama ($M = 2,66$, $SD = 1,871$), $t(135) = 3,469$, $p < 0,01$. Sebagai tambahan partisipan pada kelompok *favor* lebih merasa senang terhadap pasangannya ($M = 6,79$, $SD = 1,767$) dibandingkan pada kelompok *chance* ($M = 5,99$, $SD = 1,706$), $t(134) = 2,716$, $p < 0,01$. Berdasarkan hasil tersebut maka manipulasi terima kasih dinyatakan berhasil dilakukan.

Kemurahan Hati

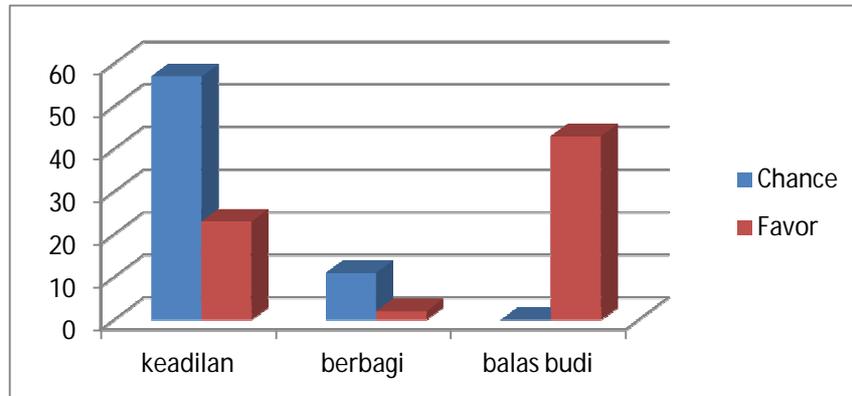
Kemurahan hati ini diukur dari seberapa besar jumlah uang yang mereka bagikan pada pasangan pada babak ketiga. Babak ketiga menjadi ukuran karena pada babak ini partisipan yang bertanggung jawab membagi sumber daya yang dimiliki, bebas mengambil keputusan dan berapapun jumlah yang dibagi juga bebas. Dugaan penelitian adalah partisipan dalam kelompok *favor* akan lebih murah hati dibandingkan kelompok *chance*. Dugaan ini terbukti karena hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipan pada kelompok *favor* lebih murah hati terhadap pasangannya. Jumlah uang yang dibagi kelompok *favor* lebih tinggi ($M = \text{Rp. } 7205,-$, $SD = 1943,676$) dibandingkan pada kelompok *chance* ($M = \text{Rp. } 5073$, $SD = 729$), $t(134) = -8,426$, $p < 0,01$.

Alasan Berbagi

Berdasarkan hasil pengkodean jawaban partisipan akan alasan membagi uang, diperoleh tiga tema motivasi utama, yakni membalas budi, keadilan/sama rata, dan hanya sekedar berbagi. Pada dua kelompok terdapat perbedaan kecenderungan, dan berdasarkan hasil uji *chi-square* diperoleh nilai $X^2=63,681$, dengan $p < 0,01$, jadi terlihat bahwa perbedaan emosi yang dirasakan secara

signifikan menunjukkan perbedaan motivasi dalam membagi uang. Gambaran perbedaan itu secara jelas dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.

Gambar 1. Perbedaan Motivasi Membagi Uang pada Kedua Perlakuan



Secara lengkap, data tabulasi silang mengenai manipulasi, motivasi membagi uang dengan jumlah yang dibagi dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Hubungan antara Manipulasi-Motivasi-Jumlah Uang yang Dibagi

Motivasi			manipulasi		Total
			<i>chance</i>	<i>favor</i>	
balas budi	uang	6000		5	5
		7000		9	9
		8000		10	10
		9000		8	8
		10000		11	11
	Total			43	43
keadilan	uang	5000	57	23	80
	Total		57	23	80
berbagi	uang	3000	1	0	1
		4000	3	0	3
		5000	2	0	2
		6000	3	0	3
		7000	1	0	1
		10000	1	2	3
Total			11	2	13

Motivasi utama membagi uang pada kelompok yang hanya merasa beruntung adalah prinsip keadilan, artinya pada babak ketiga mereka ingin membagi rata uang Rp. 10.000,- yang diterima. Kategori selanjutnya adalah kategori berbagi, dalam kategori ini jumlah uang yang dibagi sesuai dengan keinginan hati dan menuliskan alasan: yang penting ikhlas, hanya ingin memberi, atau *pengen ngasih aja*. Sedangkan pada motivasi membalas budi sama sekali tidak muncul dalam kelompok kondisi ini, hal ini disebabkan mereka mempersepsikan bahwa uang yang diperoleh pada babak sebelumnya berdasarkan hasil undian bukan kebaikan orang lain.

Motivasi utama membagi uang pada kelompok yang merasa mendapat kebaikan dari pihak lain adalah membalas budi. Bahkan ada yang rela membagi semua uang yang diterima. Kelompok partisipan yang rela membagi semua uang ini banyak menuliskan alasan ingin membalas lebih karena sebelumnya pasangan telah baik maka harus dibalas dengan membagi uang yang lebih besar dari yang diberikan. Motivasi hanya berbagi menjadi urutan kedua dalam kelompok *favor* ini. Terakhir ada dua partisipan yang rela membagi semua uang dengan alasan *pengen ngasih aja*.

Pembahasan

Hasil penelitian ini mendukung temuan-temuan sebelumnya bahwa emosi terima kasih meningkatkan perilaku prososial. Secara umum partisipan dalam kelompok *favor* merasakan emosi terima kasih dan membagi uang lebih besar kepada pasangannya dibandingkan dengan kelompok yang hanya merasa beruntung. Data ini juga mendukung bahwa emosi terima kasih itu tidak sekedar merasakan emosi yang positif, karena kedua kelompok sama-sama mengalami hal positif dan jumlah sumber daya yang diterima juga sama. Seharusnya, jika sama-sama mengalami hal yang positif maka jumlah uang yang dibagi ke pasangan juga relatif sama, tetapi kenyataannya berbeda secara signifikan.

Terkait dengan motivasi membagi uang yang diperoleh dari data jawaban partisipan terhadap pertanyaan alasan terbuka, memberikan gambaran yang relatif berbeda dengan penelitian sebelumnya. Pada kelompok *favor*, temuan penelitian relatif sama, namun tidak demikian halnya dengan kelompok *chance*.

Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pada kelompok *chance* secara signifikan alasan pengambilan keputusan jumlah uang yang dibagi kepada pasangannya adalah untuk mendapatkan uang (Tsang, 2006). Alasan ini secara eksplisit memang masuk dalam daftar pilihan jawaban yang disediakan, di samping itu dalam eksperimen ini partisipan dikondisikan untuk percaya bahwa uang-uang yang dibagi dalam seluruh babak dapat menjadi hak milik. Tema mendapatkan uang, pada penelitian ini sama sekali tidak muncul dalam jawaban partisipan. Motivasi membagi uang pada kelompok *chance* lebih kepada untuk alasan keadilan dengan membagi uang sama rata kepada pasangan. Penjelasan mengenai mengapa tema mendapatkan uang tidak muncul dalam jawaban partisipan belum dapat disajikan di sini. Bisa jadi partisipan kurang yakin bahwa uang yang dipakai untuk babak pembagian uang itu dapat menjadi hak milik, sehingga niatan untuk mendapatkan uang dalam jumlah yang banyak tidak muncul. Kemungkinan lain adalah secara kultural partisipan dalam budaya *interdependence* dididik untuk peduli dan berbagi kepada sesama apapun kondisinya, jadi partisipan merasa lebih aman jika membagi uang sama rata.

Keterbatasan dan Peluang Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini sama berhasilnya dengan penelitian sebelumnya (Tsang, 2006) dalam memunculkan emosi terima kasih secara nyata yang berbeda dengan model *self report* tentang pengalaman emosi terima kasih dan mengisi skala *gratitude*. Meskipun berhasil, penelitian ini juga memiliki keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah belum mampunya data dipisahkan secara jelas apakah berbagi itu dipengaruhi oleh emosi terima kasihnya atau hanya memenuhi norma timbal balik dalam hubungan internasional. Selain itu, meski setting kultural partisipan berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini belum mampu membuat tema kultural dibuat menonjol/*salience* dalam elemen kognisi partisipan, sehingga keterkaitan antara budaya dengan dampak saat orang mengalami emosi terima kasih belum dapat dilihat secara jelas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan bisa lebih mengungkap apakah dalam kondisi terima kasih, orang berbagi karena emosi terima kasih yang dirasakan atau hanya untuk memenuhi norma sosial. Di samping itu diharapkan juga setting kultural itu dapat dimanipulasi sehingga *salience* dalam benak partisipan dan pengaruhnya bisa jelas terlihat.

Kesimpulan

Penelitian ini mampu menunjukkan bahwa saat orang mengalami emosi terima kasih orang lebih murah hati dibandingkan yang hanya merasa mendapatkan keberuntungan. Persepsi bahwa keberuntungan diperoleh karena kebaikan orang lain mendorong partisipan untuk membagi uang lebih banyak dalam rangka mengekspresikan balas budi. Sedangkan orang dalam kondisi hanya merasa beruntung tetap bermain aman dengan memposisikan diri menjadi dermawan yang adil, berbagi tetapi tetap mendapatkan jumlah yang sama dengan yang disimpan sendiri. Penelitian ini juga masih bersifat mengawali penelitian-penelitian selanjutnya dalam variabel terima kasih, sehingga semangat untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai emosi terima kasih dan segala hal yang terkait bisa semakin berkembang.

Daftar Pustaka

- Anggarani, F. K., Andayani, T. R., & Karyanta, N. A. (2013). Pengaruh Pelatihan Syukur terhadap Subjective Well-Being pada Penduduk Miskin di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candradiwa* , 44-59.
- Bartlett, M. Y., & DeSteno, D. (2006). Gratitude and Prosocial Behavior. *Psychological Science* , 319-325.
- Emmons, R. A., & Crumpler, C. A. (2000). Gratitude as a Human Strength: Appraising the Evidence. *Journal of Social and Clinical Psychology* , 56-69.
- Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (2003). Counting Blessings Versus Burdens: An Experimental Investigation of Gratitude and Subjective Well-being on Daily Life. *Journal of Personality and Social Psychology* , 377-389.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation. *Psychological Review* , 224-253.
- Raop, N. A., & Kadir, N. B. (2011). Pengertian hidup, syukur dan hubungannya dengan kegembiraan subjektif di kalangan pekerja. *Journal of Social Science and Humanities* , 349-348.
- Rash, J. A., Matsuba, K. M., & Prkachin, K. M. (2011). Gratitude and Well-Being: Who Benefits the Most from a Gratitude Intervention. *Applied Psychology: Health and Well-being* , 350-369.
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1990). *Basic of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Tsang, J.-A. (2006). BRIEF REPORT Gratitude and prosocial: an experimental test of gratitude. *Cognition and Emotion* , 138-148.
- Tsang, J.-A., Schulwitz, A., & Carlisle, R. D. (2012). An experimental test of the relationship between religion and gratitude. *Psychology of Religion and Spirituality* , 40-55.
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. (2003). Gratitude and happiness: development measure of gratitude, and relationship with subjective well-being. *Social Behavior and Personality* , 431-452.