



ARTIKEL PENELITIAN

## Hubungan Sikap Terhadap Informasi Terkait Covid-19 Dengan Kecenderungan Perilaku Prososial Pengguna Media Sosial

DZIKRINA IFFA YOHANIDA & IKE HERDIANA\*  
Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

### ABSTRAK

Melimpahnya informasi saat krisis berpotensi menyebabkan individu untuk berperilaku apapun yang dianggap tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dengan kecenderungan perilaku prososial pada dewasa awal pengguna media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ini merupakan dewasa awal (18-40 tahun) pengguna media sosial. Sampel yang didapatkan dengan teknik *voluntary sampling* sebanyak 375 responden; 277 perempuan dan 98 laki-laki. Data dikumpulkan dengan teknik survei daring menggunakan skala sikap informasi COVID-19 dan *Prosocial Tendencies Measurement*. Uji korelasi dengan *Pearson's Product Moment* menunjukkan hubungan positif dan sedang antara sikap informasi COVID-19 dengan dimensi *altruism* ( $r(375)=.557$ ;  $p<.001$ ), *compliant* ( $r(375)=.564$ ;  $p<.001$ ), *emotional* ( $r(375)=.571$ ;  $p<.001$ ), *public* ( $r(375)=.54$ ;  $p<.001$ ), dan *dire* ( $r(375)=.563$ ;  $p<.001$ ), dan berkorelasi positif dan lemah pada dimensi *anonymous* ( $r(375)=.349$ ;  $p<.001$ ). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan sikap positif pengguna media sosial terhadap penyebaran informasi seputar krisis dapat menggerakkan perilaku kolektif.

**Kata kunci:** COVID-19, infodemi, informasi, perilaku prososial, sikap

### ABSTRACT

The abundance of information during a crisis may lead individuals to do any behavior they deem appropriate. This study aims to examine the relationship between COVID-19 information attitude and prosocial behavior tendencies in early adult social media users. Quantitative methods were used in this study. The sample of this study is early adult (18-40 years) social media users. Using voluntary sampling, 375 samples were obtained; 277 women and 98 men. Data were collected with an online survey using COVID-19 Information Attitude Scale and Prosocial Tendencies Measurement. Pearson's Product Moment correlation test shows positive and moderate correlation between COVID-19 information attitude and altruism ( $r(375)=.557$ ;  $p<.001$ ), compliant ( $r(375)=.564$ ;  $p<.001$ ), emotional ( $r(375)=.571$ ;  $p<.001$ ), public ( $r(375)=.54$ ;  $p<.001$ ), and dire ( $r(375)=.563$ ;  $p<.001$ ), and weakly correlated with anonymous dimension ( $r(375)=.349$ ;  $p<.001$ ). This study support the previous research which showed that social media users' positive attitude towards the dissemination of crisis-related information can encourage collective behavior.

**Keywords:** attitude, COVID-19, infodemic, information, prosocial behavior

\*Alamat korespondensi: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Kampus B Universitas Airlangga Jalan Airlangga 4-6 Surabaya 60286. Surel: [ike.herdiana@psikologi.unair.ac.id](mailto:ike.herdiana@psikologi.unair.ac.id)



Naskah ini merupakan naskah dengan akses terbuka dibawah ketentuan the Creative Common Attribution License (CC-BY-4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), sehingga penggunaan, distribusi, reproduksi dalam media apapun atas artikel ini tidak dibatasi, selama sumber aslinya disitir dengan baik.

## PENDAHULUAN

Media sosial menjadi sumber cepat dan utama untuk mengimprovisasikan, mengomunikasikan, dan mendistribusikan informasi selama krisis (Zhao, dkk., 2016). Kehadiran media sosial memfasilitasi sirkulasi dan keterjangkauan informasi, mempercepat waktu dan memperluas jangkauan penyebarannya (Vosoughi, dkk., 2018), serta memberi kemungkinan pengguna memiliki akses untuk berinteraksi, mengonsumsi, sekaligus memproduksi konten (Vicario, dkk., 2016). Selaras dengan hal tersebut, penyebaran informasi mengenai COVID-19 di media sosial terjadi sangat cepat dengan jumlah yang sangat banyak. Fenomena ini disebut sebagai infodemi. Hal ini mempermudah pengguna untuk mencari dan mengikuti perkembangan informasi seputar COVID-19. Di sisi lain, melimpahnya informasi dapat memicu emosi yang tidak menyenangkan serta menimbulkan konsekuensi yang tidak diinginkan (Sweeny & Miller, 2012).

Pada awal tahun 2020, saat lebih dari 50 negara menyatakan perebakan COVID-19, Kementerian Kesehatan Indonesia berulang kali mengatakan tidak ada kasus COVID-19 di Indonesia. Publik sebagian bersikap tidak percaya dan menilai pemerintah menutup-nutupi fakta. Kemudian pada Maret 2020 pemerintah mengonfirmasi adanya kasus COVID-19, publik berubah sikap menjadi meragukan informasi tersebut. Sebagian lain bersikap panik membeli bahkan menimbun kebutuhan dasar (Mazrieva, 2020). Misinformasi dan teori konspirasi yang tersebar di media sosial menambah kebingungan publik. Sejumlah selebriti dan figur publik pun turut meragukan COVID-19 dan mengamplifikasi informasi yang salah bahkan menyesatkan (Wicaksono, 2020). Keterlibatan selebriti dan publik figur dapat memberi pengaruh pada bagaimana pengguna media sosial lain menyikapi informasi terkait COVID-19. Utamanya pada dewasa awal yang merupakan pengguna dominan di media sosial. Terlebih, dewasa awal diidentifikasi sebagai kelompok usia dengan kepatuhan paling rendah terhadap protokol kesehatan masyarakat dan pencegahan penyebaran COVID-19 (Barari, dkk., 2020).

Saat pandemi COVID-19, penyebaran informasi dapat mempengaruhi perilaku individu dan mengubah keefektifan tindakan pencegahan yang dilakukan oleh pihak berwenang (Cinelli, dkk., 2020). Penelitian oleh Bird, dkk. (2012) menunjukkan sikap positif pengguna media sosial terhadap penyebaran informasi seputar krisis dapat menggerakkan perilaku kolektif seperti saling membantu antar pengguna media sosial saat terjadi gempa bumi di Jepang tahun 2011. Sebaliknya, diseminasi informasi dan penyebaran misinformasi saat epidemi Ebola di Afrika Selatan tahun 2018 menyebabkan ketidakpercayaan, baik terhadap pemerintah maupun organisasi non pemerintah, dalam penanganan epidemi (Bernard, dkk., 2020). Situasi dan informasi yang dianggap ambigu dan simpang siur memungkinkan individu untuk menafsirkan dan melakukan tindakan apapun yang dianggap tepat (Ardi, 2020).

Selain infodemi, pandemi COVID-19 juga menyebabkan beberapa dampak negatif yaitu isolasi sosial, peningkatan tekanan keuangan keluarga, peningkatan gejala kesehatan mental, serta keterlibatan dalam perilaku antisosial, seperti perilaku menimbun barang langka yang dibutuhkan saat krisis

(Oosterhoff & Palmer, 2020). Fenomena ini juga terjadi di Indonesia, banyak masyarakat yang menolak memakai masker, berkerumun, tidak menjaga jarak, dan menimbun alat kesehatan seperti masker dan *hand sanitizer* (Kompas.com, 2020). Dilansir dari CNN Indonesia (2020), Presiden Joko Widodo menyebutkan bahwa 70% masyarakat Jawa Timur enggan memakai masker meskipun pandemi sudah memasuki 9 bulan. Selain itu ramai juga masyarakat yang menolak jenazah kerabatnya dikuburkan dengan protokol kesehatan (detikNews, 2021), bahkan melakukan kekerasan pada tenaga kesehatan yang bertugas pada lini terdepan pandemi COVID-19 (CNN Indonesia, 2021).

Di sisi lain, situasi krisis juga memberi kesempatan bagi individu yang terdampak untuk terlibat dalam perilaku prososial dengan saling mendukung, membantu mereka yang membutuhkan, dan menjaga fungsi sosial (Kaniasty & Norris, 2009). Menurut Aknin, dkk. (2013), umumnya, manusia dapat langsung dan segera berperilaku altruistik sebagai respon situasi krisis. Peran perilaku prososial dibutuhkan individu untuk bertahan hidup dan beradaptasi dengan lingkungan yang kompleks dan dapat berubah dalam rangka membendung situasi pandemi secara efektif (Dovidio, dkk., 2017). Selama tahap awal pandemi COVID-19, laporan media menunjukkan peningkatan tindakan prososial seperti mengadakan penggalangan dana, mengumpulkan sumbangan persediaan, menjadi relawan untuk membagikan persediaan bagi individu dengan risiko tinggi, dan relawan yang memproduksi alat pelindung diri, seperti masker, pelindung wajah, dan lain-lain. Keterlibatan dalam perilaku prososial, baik sebagai aktor atau penerima manfaat dapat mengurangi dampak sosial dan psikologis dari pandemi (Alvis, dkk., 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dengan kecenderungan perilaku prososial pada dewasa awal pengguna media sosial.

### **Sikap terhadap Informasi terkait COVID-19**

Menurut Allport (1935), sikap adalah kondisi dan kesiapan mental yang diorganisasi melalui pengalaman. Sikap dapat memprovokasi suatu perilaku yang diinginkan atau tidak diinginkan, afirmatif atau negatif terhadap objek sikap (Allport, 1935). Pada model tripartit oleh Allport (1935), sikap didefinisikan dengan evaluasi pada objek sikap. Evaluasi atau respon sikap mencakup tiga komponen yaitu kognitif (keyakinan yang dimiliki individu tentang suatu objek sikap), afektif (perasaan individu tentang objek sikap), dan konatif (tindakan individu terhadap objek sikap).

Dalam penelitian ini, informasi terkait COVID-19 mengacu pada peningkatan jumlah informasi yang terkait dengan topik COVID-19 dan pertumbuhannya terjadi secara eksponensial dalam waktu singkat. Di era informasi yang serba cepat, fenomena ini didukung oleh media sosial, yang dapat menyebarkan informasi lebih jauh dan lebih cepat daripada virus itu sendiri (Department of Evidence and Intelligence for Action in Health, 2020). Sikap terhadap informasi terkait COVID-19 artinya evaluasi dan respon terhadap melimpahnya informasi terkait COVID-19 yang tersebar cepat dan luas.

### **Kecenderungan Perilaku Prososial**

Perilaku prososial merupakan setiap perilaku yang bertujuan membawa manfaat untuk penerima, baik individu maupun sekelompok individu (Penner, dkk., 2005). Terdapat enam dimensi kecenderungan perilaku prososial menurut Carlo & Randall (2002): *Altruism* (memberi bantuan secara sukarela dengan motivasi utama perhatian pada kebutuhan dan kesejahteraan orang lain), *Compliant* (memberi bantuan bagi orang lain sebagai respon dari adanya permintaan bantuan secara verbal maupun nonverbal), *Emotional* (memberi bantuan ketika dihadapkan dengan situasi-situasi yang menggugah secara emosional), *Public* (memberi bantuan di hadapan orang lain atau khalayak publik), *Anonymous* (memberi

bantuan tanpa diidentifikasi, baik oleh orang yang menerima bantuan maupun orang lain, serta *Dire* (memberi bantuan ketika situasi krisis atau keadaan darurat).

## METODE

### *Desain Penelitian*

Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Untuk menguji hubungan, metode yang digunakan adalah metode korelasi, yaitu menguji seberapa jauh variasi satu variabel berkaitan dengan variabel lainnya (Azwar, 2013). Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diadministrasikan secara daring dengan cara menyebarkan tautan kuesioner ke media sosial untuk menjangkau subjek dari populasi.

### *Responden*

Responden penelitian ini merupakan dewasa awal dengan rentang usia 18-40 tahun yang merupakan pengguna media sosial. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 375 ( $M_{usia}=23,2$ ;  $SD_{usia}=4$ ; 73.9% perempuan) dengan kelompok responden paling banyak berusia 21 tahun (29,9%).

Teknik sampling dilakukan dengan cara *voluntary sampling*. *Voluntary sampling* merupakan salah satu desain *non-probability sampling*, yaitu setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel berdasarkan kerelaan responden (Murairwa, 2015). Penentuan jumlah sampel menggunakan kalkulasi G\*Power  $N=319$  ( $d=.2$ ;  $\alpha=.05$ ;  $1-\beta=95\%$ ). Asumsi *effect size* didapatkan dari hasil meta-analisis penelitian sebelumnya yaitu rata-rata *Cohen's d* pada variabel sikap  $d=.39$  (Lovakov & Agadullina, 2021) dan perilaku prososial  $d=.13$  (Malti & Krettenauer, 2013). Sebelum mengisi kuesioner, responden diminta untuk mengisi *informed consent* yang menyatakan kesediaan untuk mengisi kuesioner.

### *Pengukuran*

Skala sikap terhadap informasi terkait COVID-19 disusun oleh peneliti berdasarkan konsep sikap Allport (1935) dan dilakukan uji validitas dengan *Content Validity Index* melalui 2 *expert panels*. Skala sikap informasi COVID-19 terdiri dari 13 aitem. Skala ini memiliki validitas ( $CVI=1$ ) dan reliabilitas ( $\alpha=.677$ ) menggunakan 5 pilihan jawaban (1="sangat tidak setuju", 5="sangat setuju"). Sedangkan untuk mengukur kecenderungan perilaku prososial, peneliti menggunakan Skala *Prosocial Tendencies Measurement* yang disusun oleh Carlo & Randall (2002) dan ditranslasi ke bahasa Indonesia kemudian dilakukan *review* dan validasi dengan *Content Validity Index* melalui 2 *expert panels*. *Prosocial Tendencies Measurement* terdiri dari 6 dimensi yaitu *altruism, compliant, public, anonymous, emotional, dan dire*. 23 aitem dalam PTM memiliki validitas ( $CVI=.8$ ) dan reliabilitas ( $\alpha=.824$ ) dengan 5 pilihan jawaban (1="sangat tidak sesuai", 5="sangat sesuai").

### *Analisis Data*

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji korelasi parametrik *Pearson's Product Moment*. Analisis data dilakukan menggunakan program Jamovi 1.6.

## HASIL PENELITIAN

Analisis deskriptif rata-rata skor sikap terhadap Informasi terkait COVID-19 ( $M=17,8$ ;  $SD=0,473$ ) dan rata-rata skor kecenderungan perilaku prososial ( $M=3,07$ ;  $SD=0,476$ ). Standar error sikap terhadap

informasi terkait COVID-19 dan kecenderungan perilaku prososial berturut-turut, yaitu 0,0244 dan 0,0246.

Uji asumsi yang harus dipenuhi dalam uji korelasi *Pearson's Product Moment* adalah uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan menggunakan Shapiro-Wilk dan didapatkan  $p > 0,001$ . Artinya data tidak berdistribusi normal. Namun menurut *central limit theorem*, asumsi normalitas tidak diperlukan dalam sampel yang besar karena distribusi datanya akan tetap normal (Field, 2017). Uji linearitas dilakukan dengan *scatterplot* dan didapatkan hubungan antar variabel bersifat linear. Artinya peningkatan nilai X diikuti oleh peningkatan nilai Y.

Kemudian dilakukan uji korelasi sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dengan kecenderungan perilaku prososial dianalisis melalui 6 dimensi yang meliputi *altruism, compliant, emotional, public, anonymous, dan dire*. Berdasarkan uji korelasi diketahui bahwa terdapat korelasi positif cenderung sedang antara sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dengan dimensi *altruism* ( $r(375)=0,557$ ; 95% CI [0,483; 0,623];  $p < 0,001$ ), dimensi *compliant* ( $r(375)=0,564$ ; 95% CI = [0,491; 0,63];  $p < 0,001$ ), dimensi *emotional* ( $r(375)=0,571$ ; 95% CI [0,499; 0,636];  $p < 0,001$ ), dimensi *public* ( $r(375)=0,54$ ; 95% CI [0,424; 0,576];  $p < 0,001$ ), dan dimensi *dire* ( $r(375)=0,563$ ; 95% CI [0,489; 0,628];  $p < 0,001$ ). Sementara dengan dimensi *anonymous*, sikap terhadap informasi terkait COVID-19 berkorelasi positif cenderung lemah ( $r(375)=0,349$ ; 95% CI [0,257; 0,435];  $p < 0,001$ ).

## DISKUSI

Berdasarkan hasil analisis uji korelasi, didapatkan koefisien korelasi sikap terhadap COVID-19 dengan masing-masing dimensi kecenderungan perilaku prososial. Setiap dimensi kecenderungan perilaku prososial memiliki korelasi dengan sikap terhadap informasi terkait COVID-19 sebesar  $r > 0,5$ , kecuali pada dimensi *anonymous*  $r = 0,349$ . Terdapat korelasi positif cenderung sedang antara sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dengan kecenderungan perilaku prososial pada dimensi *altruism, compliant, emotional, public, dan dire*, serta korelasi positif dan lemah antara pada dimensi *anonymous*. Dapat dibuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dengan nilai signifikansi  $p < 0,001$ . Artinya terdapat hubungan antara sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dengan kecenderungan perilaku prososial pada dewasa awal pengguna media sosial. Hubungan positif antar variabel menunjukkan bahwa semakin baik sikap terhadap informasi terkait COVID-19, maka semakin baik pula kecenderungan perilaku sosial pada dewasa awal pengguna media sosial.

Hubungan antara sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dan kecenderungan perilaku prososial saat pandemi COVID-19 mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh Bird dkk. (2012) yang menunjukkan sikap positif pengguna media sosial terhadap penyebaran informasi seputar krisis dapat menggerakkan perilaku kolektif. Selain itu, media sosial dapat mencampurkan banyak sumber informasi, baik informasi resmi maupun informasi populer. Informasi yang tersebar di media sosial saat krisis (Gao dkk., 2011), terutama komunikasi media viral dapat mempromosikan perilaku prososial yang lebih besar seperti memberikan bantuan, berdonasi dan kesediaan untuk mematuhi perilaku kesehatan (Guo dkk., 2020). Hal ini dapat dijelaskan dengan penelitian oleh Hameleers dkk. (2020) yang menyatakan bahwa persepsi misinformasi dapat merangsang perilaku prososial saat pandemi. Skeptisisme yang sehat dan kesadaran akan adanya informasi yang tidak akurat dapat memotivasi pencarian informasi tanpa mengurangi kepercayaan dan kepatuhan terhadap pedoman kesehatan. Sebaliknya, individu dengan persepsi disinformasi cenderung menghindari berita dan kurang bersedia mengikuti pedoman kesehatan (Hameleers, dkk., 2020).



Faktor lain yang dapat menjelaskan hubungan positif antara sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dengan kecenderungan perilaku prososial adalah jenis paparan informasi terkait COVID-19 yang diterima responden. Menurut (Aknin, dkk., 2013), manusia dapat langsung dan segera berperilaku altruistik sebagai respon situasi krisis. Namun, respon ini dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah jenis paparan informasi yang berdampak pada respon prososial (Falk & Graeber, 2020). Paparan informasi yang menyajikan persepsi bahwa perilaku tertentu dapat memberikan dampak positif pada orang lain berpotensi memunculkan perilaku prososial serta meningkatkan kepatuhan pada aturan (Grant, dkk., 2007).

Hubungan positif ini juga diperkuat oleh adanya ruang gema (*echo chamber effect*) di berbagai *platform* media sosial. Ruang gema terbentuk karena keputusan sadar yang dibuat oleh pengguna saat memilih siapa atau apa yang akan diikuti, sehingga secara selektif mengekspos diri mereka pada konten yang sudah mereka setuju (Garrett, 2009). Selain itu, menurut Schmidt, dkk. (2017, dalam Cinelli, dkk., 2020) terbentuknya ruang gema juga dapat disebabkan oleh algoritma yang digunakan *platform* media sosial untuk menarik pengguna. *Platform* media sosial menyediakan akses langsung ke jumlah konten dan informasi yang sangat masif. Adanya ruang gema membuat paparan informasi yang terekspos oleh pengguna sesuai dengan preferensi dan sikap pengguna. Sehingga, pengguna cenderung lebih memilih informasi yang mengikuti nilai dan sikap pribadi, mengabaikan perbedaan pendapat, dan membentuk kelompok terpolarisasi (Cinelli, dkk., 2021). Artinya sangat mungkin apabila paparan informasi terkait COVID-19 yang diterima responden penelitian ini merupakan informasi yang ada di ruang gema mereka, yang sesuai dengan sikap dan preferensi individu dan mengabaikan informasi lain yang tidak sesuai. Sehingga sikap positif dapat terbentuk karena informasi yang diterima juga merupakan informasi positif yang kemudian mempromosikan perilaku prososial. Sama halnya seperti paparan media yang menampilkan kekerasan dapat menyebabkan desensitisasi dan peningkatan agresi, paparan informasi yang bersifat prososial di media juga dapat meningkatkan empati dan perilaku membantu (Prot, dkk., 2014).

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat hubungan antara sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dengan kecenderungan perilaku prososial pada dewasa awal pengguna media sosial. Hubungan antara kedua variabel bersifat positif. Artinya semakin baik sikap terhadap informasi terkait COVID-19, maka semakin baik pula perilaku sosial pada dewasa awal pengguna media sosial. Hubungan sikap terhadap informasi terkait COVID-19 dan kecenderungan perilaku prososial pada dewasa awal pengguna media sosial mendukung hasil penelitian Guo, dkk. (2020) yang menunjukkan bahwa komunikasi media sosial viral dapat mempromosikan perilaku prososial. Selain itu terdapat faktor lain seperti jenis paparan informasi yang diterima individu dan efek ruang gema di media sosial.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Yang pertama, informasi seputar COVID-19 yang dimaksud adalah persebarannya yang masif dan cepat. Isi informasi seperti ketidaksinkronan aturan, diseminasi informasi, rumor, dan hoaks tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperdalam definisi infodemi. Selanjutnya adalah kesulitan menyusun alat ukur variabel sikap terhadap informasi terkait COVID-19. Reliabilitas alat ukur sikap terhadap informasi terkait COVID-19 hanya memiliki reliabilitas ( $\alpha=.627$ ), penulis berharap penelitian selanjutnya untuk memperbaiki alat ukur supaya dapat lebih reliabel dan ajeg penggunaannya. Penelitian ini juga kurang bisa merepresentasikan kondisi dewasa awal pada rentang usia 30 sampai 40 tahun karena sedikitnya responden pada rentang usia tersebut.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu kajian dalam membuat dan memperbaiki kebijakan seputar efektifitas penyebaran informasi dalam situasi krisis. Selain itu bagi pemerintah dan lembaga sosial yang membutuhkan dapat mempertimbangkan faktor penyebaran informasi di media sosial untuk mempromosikan perilaku prososial masyarakat.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dari kedua orangtua penulis, keluarga, serta sahabat, dan teman dekat penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

### DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Dzikrina Iffa Yohanida dan Ike Herdiana tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

### PUSTAKA ACUAN

- Aknin, L. B., Barrington-Leigh, C. P., Dunn, E. W., Helliwell, J. F., Burns, J., Biswas-Diener, R., Kemeza, I., Nyende, P., Ashton-James, C. E., & Norton, M. I. (2013). Prosocial spending and well-being: Cross-cultural evidence for a psychological universal. *Journal of Personality and Social Psychology*, *104*(4), 635–652.
- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In C. Murchison (Ed.), *Handbook of social psychology* (pp. 798–844). Clark University Press.
- Alvis, L., Douglas, R., Shook, N., & Oosterhoff, B. (2020). *Associations between Adolescents' Prosocial Experiences and Mental Health During the COVID-19 Pandemic*. May. <https://doi.org/10.31234/osf.io/2s73n>
- Ardi, R. (2020). Infodemik Di Saat Pandemi. *HIMPSI Himpunan Psikologi Indonesia* <http://himpsi.or.id/blog/materi-edukasi-covid-19-5/post/infodemik-di-saat-pandemi-124>
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Barari, S., Caria, S., Davola, A., Falco, P., Fetzer, T., Fiorin, S., Hensel, L., Ivchenko, A., Jachimowicz, J., King, G., Kraft-Todd, G., Ledda, A., MacLennan, M., Mutoi, L., Pagani, C., Reutskaja, E., Roth, C., & Slepici, F. R. (2020). Evaluating COVID-19 public health messaging in Italy: Self-reported compliance and growing mental health concerns. In *MedRxiv* (p. 2020.03.27.20042820). <https://doi.org/10.1101/2020.03.27.20042820>
- Bernard, R., Bowsher, G., Sullivan, R., & Gibson-Fall, F. (2020). Disinformation and Epidemics: Anticipating the Next Phase of Biowarfare. *Health Security*, *19*(1), 3-12. <https://doi.org/10.1089/hs.2020.0038>
- Bird, D., Ling, M., & Haynes, K. (2012). Flooding Facebook-the use of social media during the Queensland and Victorian floods. *The Australian Journal of Emergency Management*, *27*(1), 27–33. <https://search.informit.org/doi/10.3316/ielapa.046814266005608>

- Carlo, G., & Randall, B. A. (2002). The Development of a Measure of Prosocial Behaviors for Late Adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 31(1), 31–44.
- Cinelli, M., De, G., Morales, F., Galeazzi, A., Quattrociochi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Cinelli, M., Quattrociochi, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., Zola, P., Zollo, F., & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>
- CNN Indonesia. (2020). Jokowi Sebut 70 Persen Warga Jatim Tak Pakai Masker. *Peristiwa*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200625130443-20-517353/jokowi-sebut-70-persen-warga-jatim-tak-pakai-masker>
- CNN Indonesia. (2021). Pasien Corona RSUD Pasar Minggu Ngamuk, Satpam Kini Tertular. *Peristiwa*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210624082632-20-658690/pasien-corona-rsud-pasar-minggu-ngamuk-satpam-kini-tertular>
- Department of Evidence and Intelligence for Action in Health. (2020). *Understanding Infodemic and Misinformation in the fight against COVID-19 [Fact Sheet]*.
- detikNews. (2021). Anak di Bondowoso Tolak Ibunya Dimakamkan dengan Protokol COVID-19. *Berita Jawa Timur*. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5370210/anak-di-bondowoso-tolak-ibunya-dimakamkan-dengan-protokol-covid-19>
- Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Schroeder, D. A., & Penner, L. A. (2017). *The social psychology of prosocial behavior*. Psychology Press.
- Falk, A., & Graeber, T. (2020). Delayed negative effects of prosocial spending on happiness. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(12), 6463–6468. <https://doi.org/10.1073/pnas.1914324117>
- Field, A. (2017). *Discovering Statistic Using IBM SPSS Statistic* (5th2 Edition). SAGE Publications Inc.
- Gao, H., Barbier, G., & Goolsby, R. (2011). Harnessing the Crowdsourcing Power of Social Media for Disaster Relief. *IEEE INTELL SYST APP*, 26(3), 10–14.
- Garrett, R. K. (2009). Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265–285.
- Grant, A. M., Campbell, E. M., Chen, G., Cottone, K., Lapedis, D., & Lee, K. (2007). Impact and the art of motivation maintenance: The effects of contact with beneficiaries on persistence behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103(1), 53–67.
- Guo, Y., Shachat, J., Walker, M. J., & Wei, L. (2020). Viral Social Media Videos Can Raise Pro-Social Behaviours When an Epidemic Arises. *ESI Working Paper*, 20(15). [https://digitalcommons.chapman.edu/esi\\_working\\_papers/310/](https://digitalcommons.chapman.edu/esi_working_papers/310/)
- Hameleers, M., Meer, T. G. L. A. van der, & Brosius, A. (2020). Feeling “disinformed” lowers compliance with COVID-19 guidelines: Evidence from the. *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 1(Special Issue on COVID-19 and Misinformation). <https://doi.org/10.37016/mr-2020-023>



- Kaniasty, K., & Norris, F. (2009). Distinctions that matter: Received social support, perceived social support, and social embeddedness after disasters. In Y. Neria, S. Galea, & F. Norris (Eds.), *Mental health and disasters* (pp. 175–200). Cambridge University Press.
- Kompas.com. (2020). 4 Kasus Penimbunan Masker di Sejumlah Daerah yang Dibongkar Polisi, Semarang hingga Makassar Halaman all - Kompas.com. *Regional News*. <https://regional.kompas.com/read/2020/03/05/06300021/4-kasus-penimbunan-masker-di-sejumlah-daerah-yang-dibongkar-polisi-semarang?page=all>
- Lovakov, A., & Agadullina, E. R. (2021). Empirically derived guidelines for effect size interpretation in social psychology. *European Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2752>
- Malti, T., & Krettenauer, T. (2013). The Relation of Moral Emotion Attributions to Prosocial and Antisocial Behavior: A Meta-Analysis. *Child Development*, 84(2), 397–412. <https://www.jstor.org/stable/23469337>
- Mazrieva, E. (2020). *Melawan Pandemi dan "Infodemic" Virus Korona*. <https://www.voaindonesia.com/a/melawan-pandemi-dan-infodemic-virus-korona-/5312193.html>
- Murairwa, S. (2015). VOLUNTARY SAMPLING DESIGN. *International Journal of Advanced Research in Impact*, 4(2), 185–200.
- Oosterhoff, B., & Palmer, C. A. (2020). Psychological correlates of news monitoring, social Distancing, disinfecting, and hoarding behaviors among US adolescents during the COVID-19 pandemic. *PsyArXiv Preprint*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31234/osf.io/rpcy4>
- Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56(1), 365–392. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070141>
- Prot, S., Gentile, D. A., Anderson, C. A., Suzuki, K., Swing, E., Lim, K. M., Horiuchi, Y., Jelic, M., Krahé, B., Liuqing, W., Liau, A. K., Khoo, A., Petrescu, P. D., Sakamoto, A., Tajima, S., Toma, R. A., Warburton, W., Zhang, X., & Lam, B. C. P. (2014). Long-Term Relations Among Prosocial-Media Use, Empathy, and Prosocial Behavior. *Psychological Science*, 25(2), 358–368. <https://doi.org/10.1177/0956797613503854>
- Sweeny, K., & Miller, W. (2012). Predictors of Information Avoidance: When Does Ignorance Seem Most Blissful. *Self and Identity*, 11(2), 185–201. <https://doi.org/10.1080/15298868.2010.520902>
- Vicario, M. Del, Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E., & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 113(3), 554–559. <https://doi.org/10.1073/pnas.1517441113>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wicaksono, L. L. (2020, September 17). *Mengapa Banyak Orang Mengabaikan Pandemi COVID-19?* Tirto.Id. <https://tirto.id/mengapa-banyak-orang-mengabaikan-pandemi-covid-19-f4yG>
- Zhao, L., Yin, J., & Song, Y. (2016). An exploration of rumor combating behavior on social media in the context of social crises. *Computer Human Behavior*, 58, 25–36. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.054>