
BIJAK DALAM BERSOSIAL MEDIA: PENGARUH PEMENUHAN KEBUTUHAN PSIKOLOGIS TERHADAP *PERSPECTIVE TAKING* DALAM MENGUNGGAH INSTASTORY

Sri Yuni Wahyu Hidayah¹, Fathul Lubabin Nuqul²
Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Email: 1. : 2. lubabin_nuqul@uin-malang.ac.id

Abstrak

Perspective Taking merupakan sesuatu yang perlu dilakukan individu dalam kehidupan sosial. Karena *perspective taking* merupakan konsep mendasar ketika berinteraksi sosial. Individu dikatakan memiliki *perspective taking* tinggi ketika mampu membayangkan bagaimana seseorang befikir dan merasakan, termasuk dalam media sosial. Instagram dengan instratory menjadi salah media sosial yang paling populer. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kebutuhan-kebutuhan psikologis terhadap *perspective taking*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diukur menggunakan skala kebutuhan psikologis yang di dasari teori kebutuhan McClelland dan skala *perspective taking*. Subjek penelitian sebanyak 350 orang dengan rincian perempuan 274 orang dan laki-laki 76 orang. Analisis yang dilakukan adalah analisis deskripsi dan regresi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kebutuhan psikologi sebesar 21,6 % terhadap *perspective taking* pada pengunggah instastory. Dari 3 dimensi kebutuhan psikologi yang paling menentukan individu memiliki *perspective taking* adalah kebutuhan afiliasi, dibanding dengan kebutuhan berprestasi dan kebutuhan berkuasa.

Kata kunci: Kebutuhan Psikologi, Perspective Taking, Pengunggah Instastory

WISE IN SOCIAL MEDIA: THE EFFECTS OF PSYCHOLOGICAL NEEDS TOWARD *PERSPECTIVE TAKING* IN INSTASTORY**Abstract**

Perspective taking is something that should to do in social life. Perspective taking also a fundamental concept in social interaction. Person who have a high perspective taking when able to imagine how other person thinks and feels included in social media. Instagram with instratory became one of the most popular social media. So this study aims to determine the effect of psychological needs on perspective taking. This study used a quantitative approach that was measured using the scale of psychological needs based on McClelland's Need theory perspective-taking scale. Research involeved 350 people as subject with details of 274 women and 76 men. The analysis performed is a description and regression analysis. The result showed that the influence of psychological need was 21.6% on perspective taking on instastory uploader. Of the three dimensions of psychological needs that most determine the individual has perspective taking is the need for affiliate,

Keyword: Psychological Need, Perspective Taking and Instastory

Pendahuluan

Teknologi komunikasi dari hari ke hari semakin berkembang pesat. Hal ini ditandai dengan meluasnya jaringan dan berkembangannya aplikasi internet di dunia. Internet (*interconnection networking*) merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti: komputer, televisi, radio dan telepon (Bungin, 2006: 135). Internet saat ini semakin banyak digunakan oleh masyarakat, bahkan dapat dikatakan menjadi sebuah kebutuhan pada berbagai sisi kehidupan. Salah satu aplikasi internet adalah jejaring sosial media instagram. Sosial media ini memfokuskan pada penggunaan foto dan video. Instagram terus memikat penggunaanya dengan berbagai fitur.

Kemunculan instagram mempunyai berbagai dampak. Dampak positif yang bisa diambil antara lain mudahnya berbagai informasi baik sosial maupun bisnis. Membangun kedekatan dengan orang lain meski tanpa bertemu, misalnya memberi perhatian saat ada teman mereka yang ulang tahun, mengomentari foto, video dan status teman mereka, menjaga hubungan persahabatan meski tidak dapat bertemu secara fisik.

Dampak negatif juga berpotensi muncul, selain dampak positif, diantaranya karena lebih mudahnya berinteraksi dengan orang lain di dunia maya menjadikan kurang berinteraksi di dunia nyata, apalagi ketika berkumpul rata-rata pasti akan lebih aktif di dunia maya karena sibuk memposting foto-foto ketika berkumpul. Merasa kecanduan sedikit-sedikit mengambil waktu untuk membuka instagram. Menyembunyikan sisi negatif dengan maksud pasti ketika mengunggah apapun pada akun instagram akan berfikir untuk memilih yang baik-baik saja. Menjadi pribadi yang konsumtif dan lebih boros terhadap kebutuhan kuota (paket data *on line*) karena instagram adalah salah satu aplikasi yang cukup banyak menguras kuota. Membuka peluang untuk hidup konsumtif karena semakin mudahnya membeli barang karena banyaknya *online shop* yang muncul di instagram. (Taifuddin, 2017)

Salah satu fitur yang digemari dalam instagram adalah instastory. Dengan fitur ini pengguna memungkinkan melakukan filter wajah, video, foto, boomerang, video siaran langsung, jenis tulisan, *superzoom*, video mundur dan *hands-free*, selain itu juga banyak *emoticon* yang bisa digunakan dan semakin diperbarui oleh instagram serta bisa berbagi tempat. Fitur ini paling banyak digemari di Indonesia yang dua kali lebih banyak dari rata-rata global. (Bohang, 2017).

Banyaknya unggahan *instastory* yang ada di dalam instagram setiap harinya membuktikan para pengguna instagram menjadikan *instastory* menjadi salah satu fitur yang digemari di dalam instagram. Salah satu pengguna instagram (wawancara dengan LR 7/2/2018). LR suka mengunggah di *instastory* karena itu simpel dan tidak rumit lalu dalam jangka waktu sehari itu akan menghilang, dan mampu mengontrol siapa yang akan melihatnya, biasanya dia mengunggah

instastory dalam sehari tidak lebih dari 4 unggahan kecuali pada saat-saat tertentu dia bisa mengunggah lebih banyak. Biasanya yang dia unggah adalah 75% musik selebihnya sesuatu yang menurutnya tidak begitu penting tetapi tetap dia unggah dalam *instastory*. Tujuannya mengunggah *instastory* untuk berbagi pendapat ataupun saran.

Menurut hasil wawancara yang diperoleh dari pengguna instagram pada 23 Maret 2018 bahwa alasan untuk mengunggah *instastory* adalah adanya rasa senang ketika *instastory* tersebut dilihat oleh banyak orang bahkan mencapai ratusan. Pengaruhnya dilihat oleh banyak orang ada perasaan dianggap ada dan merasa dirinya eksis. Maka dari itu timbul alasan pengakuan diri dan adanya sesuatu yang ingin dicapainya yaitu adanya banyak orang yang melihat *instastory*. Selain itu subjek merasa ada keinginan untuk berbagi sesuatu yang bermanfaat kepada orang lain melalui *instastory*. Jika mendapatkan respon dari orang lain subjek merasa senang serta mendapat informasi baru.

Pemaparan pengunggah *instastory* tersebut dapat dikatakan bahwa subjek memiliki kebutuhan untuk berhubungan dengan sesama atau orang lain, yang bisa disebut kebutuhan afiliasi di dunia maya. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Rinjani & Firmanto (2013) yang hasilnya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses facebook pada remaja. Alasan pengguna instagram mengunggah *instastory* ini selaras dengan teori kebutuhan psikologi Mc Clelland. Teori Mc Clelland menjelaskan ada 3 bentuk kebutuhan, yaitu: prestasi, kekuasaan dan afiliasi.

Prestasi adalah situasi dimana dapat menunjukkan keunggulan seperti melakukan sesuatu yang dapat memberikan umpan balik terhadap apa yang dilakukan sehingga mengetahui ada kemajuan apa tidak. *Power* adalah kebutuhan akan keinginan untuk mempengaruhi orang lain. Afiliasi adalah kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain (Siagian, 1995).

Hal ini mendukung hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa ada suatu dorongan kebutuhan yang menyebabkan seseorang membuat dan mengunggah *instastory*. Selanjutnya dorongan tersebut menjadi perilaku bermotif (Dirgagunarsa, 1996). Perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mengunggah sesuatu di media sosial yaitu instagram dengan fitur *instastory*. Kebutuhan merupakan pendorong adanya perilaku, termasuk dalam menggunakan instagram. Instagram merupakan salah satu cara untuk menjalin komunikasi dengan orang lain. Ketika menjalin komunikasi dengan orang lain pasti akan menimbulkan berbagai respon dan pengaruh yang positif ataupun negatif. Konten yang diunggah dalam instagram secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi pengguna instagram lainnya. Misalnya penelitian tentang efek instagram dalam fashion menunjukkan pengguna instagram terpengaruh dengan endorment fashion dalam sebuah akun instagram. (Azlina, Lestari & Fitrah, 2015)

Penelitian yang sama tentang instagram dan pengikutnya dilakukan oleh Utari (2017), menunjukkan adanya pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini terhadap Gaya Hidup Hedonis para Followersnya. Dari penelitian di atas menjelaskan sebenarnya semua orang memiliki potensi untuk mempengaruhi orang lain melalui sesuatu yang dibagikan melalui instagramnya.

Maka dari itu diperlukannya kesadaran bahwa dalam instagram, apapun yang dilakukan bisa berpengaruh pada orang lain, tidak menutup kemungkinan unggahan yang ada di dalam *instastory* dapat memunculkan pengaruh terhadap pengguna instagram lainnya. Oleh karena itu diperlukannya kemampuan untuk mengontrol tindakan mengunggah *instastory*. Apalagi pada instagram yang merupakan salah satu jenis media sosial (medsos) dengan pengguna sangat besar. Dalam instagram memungkinkan untuk berinteraksi dengan berbagai bentuk karakter orang. Salah satu cara untuk bisa lebih memperhatikan orang lain dalam mengunggah *instastory* yaitu dengan menggunakan *perspective taking*. Mengingat bahwa *instastory* merupakan fitur yang ada dalam instagram yang merupakan media sosial sehingga tidak bertemu secara langsung dengan orang lain. Menurut Batson dan Ahmad (2009) *Perspective taking* adalah salah satu bentuk dari empati.

Perspective taking adalah kemampuan untuk memperkirakan pandangan atau pemikiran orang lain serta memahami pemikiran mereka atau perasaan mereka (Johnson, 1975; Davis, 1983; Gehlbach, 2009). Lebih lanjut Batson dan Ahmad (2009) membedakan *Perspective taking* dalam dua bentuk yaitu: a) membayangkan bagaimana seseorang akan berpikir dan merasakan apabila ia berada pada situasi orang atau anggota kelompok lain, dan b) membayangkan bagaimana seseorang anggota kelompok lain berfikir dan merasakan.

Hasil wawancara dengan pengunggah *instastory* pada tanggal 23 Maret 2018 subjek pernah mendapat teguran dari orang lain karena unggahannya di dalam *instastory* padahal menurutnya itu adalah suatu hal yang bermanfaat untuk dibagikan kepada orang lain. Maka dari itu subjek lebih memilih untuk tidak mengunggah sesuatu yang membuat orang lain masuk ke dalamnya dan menimbulkan salah persepsi. Berdasarkan jawaban subjek terbukti bahwa *perspective taking* dibutuhkan dalam mengunggah *instastory*.

Perspective taking memiliki banyak manfaat untuk hubungan sosial, termasuk mengurangi *stereotip*, prasangka dan bias antar kelompok terhadap target dan kelompok sasaran. (Wang, Tai, Ku, & Galinsky, 2014)

Menunggah *instastory* adalah salah satu perilaku yang muncul dalam media sosial instagram. Instagram merupakan salah satu media komunikasi dengan banyak orang dalam dunia maya. Unggahan *instastory* dapat dilihat oleh banyak orang oleh karena itu sangat besar hubungannya dengan orang lain. Apapun yang dilakukan dalam media sosial disadari atau tidak

disadari mampu mempengaruhi orang lain, begitupun yang diunggah dalam instastory pasti juga akan mendapat berbagai respon, baik itu positif atau negatif. Untuk menyeimbangkan berbagai respon dan pengaruh di media sosial, sebagai pengguna instagram perlu adanya kemampuan *perspective taking*. *Perspective taking* secara psikologis dan sosial penting bagi keharmonisan interaksi antar individu. (Taufik, 2012)

Perspective taking dapat disebut sebagai kumpulan strategi yang dapat digunakan untuk mencari tahu apa yang dipikirkan orang lain serta perasaan dan persepsi mereka tentang situasi. (Gehlbach, 2009). *Perspective taking* memerlukan kesadaran sosial yaitu mengambil perspektif orang lain adalah kemampuan untuk memahami bagaimana situasi muncul ke orang lain dan bagaimana orang yang bereaksi secara kognitif dan emosional dengan situasi. Ini adalah kemampuan untuk menempatkan diri di tempat orang lain dan mengakui bahwa orang lain mungkin memiliki sudut pandang yang berbeda dari satu sendiri (Johnson, 1975).

Setiap tingkah laku yang muncul pasti mempunyai penyebab. Tingkah laku mengunggah instastory disebut dengan tingkah laku bermotivasi. Disebut tingkah laku bermotivasi karena mengunggah instastory didasari dengan dorongan dan kebutuhan mencapai tujuan dan sesuatu kehendak dapat terpenuhi (Dirgagunarsa, 1996:93-94). Dalam mengunggah instastory teori kebutuhan yang dapat digunakan adalah teori kebutuhan Mc Clelland yang terdiri dari kebutuhan prestasi, kebutuhan kekuasaan dan kebutuhan afiliasi (Siagian, 1995:167-170). Dari berbagai macam bentuk kebutuhan tersebut dapat memunculkan tingkah laku mengunggah instastory bagi para pengguna instagram. Meskipun instagram adalah media sosial pribadi tapi dalam kenyataannya apapun yang diunggah dalam instagram dapat dilihat oleh siapapun, tak terkecuali unggahan instastory. Dalam mengunggah instastory memang dibebaskan untuk mengunggah apapun sesuai keinginan dan kebutuhan. Tetapi perlu diingat bahwa instagram merupakan media sosial jadi perlu adanya keseimbangan antara pengunggah dan penikmat instastory agar tidak adanya salah persepsi dan pengaruh yang negatif terhadap orang lain perlu adanya *perspective taking*.

Berdasarkan telaah teori yang telah dipaparkan, maka dapat diambil hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh kebutuhan psikologi terhadap *perspective taking* pada pengunggah instastory.

Metode Penelitian

Subyek penelitian berjumlah 350 orang yang merupakan pengguna instagram dengan rincian 274 perempuan dan 76 laki-laki, 329 orang masih berstatus mahasiswa dan 21 orang sudah bekerja. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling*

Metode pengumpulan data menggunakan 2 skala yaitu: 1) skala kebutuhan psikologi yang

didasari dari teori tiga kebutuhan Mc Clelland dalam penelitian ini mempunyai $\alpha = 0,822$. Skala

ini berisi 19 aitem yang terdiri dari tiga dimensi yaitu kebutuhan prestasi (*need of achievement*), kebutuhan kekuasaan (*need of power*) dan kebutuhan afiliasi (*need of affiliation*). Skala kebutuhan psikologi digunakan untuk mengukur kebutuhan psikologi ketika mengunggah instastory kemudian subjek diminta untuk memberikan skor terhadap aitem yang telah disediakan. Contoh aitem “saya mengunggah instastory karena banyak yang melihat.”

2) Skala *perspective taking* diadaptasi dari Perspective-Taking (PT) Scale and Empathic Concern (EC) Scale items (Davis, 1983). Dalam penelitian ini skala ini mempunyai $\alpha = 0,808$. Skala ini terdiri dari 13 aitem mengukur variabel *perspective taking* contoh pernyataannya, “Saya memikirkan dampak unggahan instastory saya bagi orang yg melihat instastory saya terutama ketika iseng”.

Hasil Penelitian

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kebutuhan psikologi yang terdiri dari kebutuhan prestasi (*Achievment*), kebutuhan kekuasaan (*power*) dan kebutuhan filiasi (*Affiliation*) terhadap *perspective taking* ($F = 31,813$, $p < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa hipotesis penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh kebutuhan psikologi terhadap *perspective taking* pengunggah *instastory*. Didapatkan juga hasil $R^2 = 0,216$ atau dengan kata lain ada 21,6% pengaruh kebutuhan psikologis terhadap *perspective taking*. Adapun 78,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 1:
Korelasi Parsial Masing-Masing Dimensi Kebutuhan Psikologi Terhadap *Perspective Taking*

<i>Dependent Variable</i>	<i>Predictors</i>	Beta	T	P
<i>Perspective taking</i>	Prestasi (<i>achievement</i>)	0,057	0,895	0,371
	Kekuatan (<i>power</i>)	0,033	0,547	0,585
	Afiliasi (<i>affiliation</i>)	0,412	0,979	0,000

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa dari kebutuhan psikologi yang memiliki 3 dimensi yaitu prestasi (*Achievment*), kekuatan (*power*) dan afiliasi (*Affiliation*), yang memberikan kontribusi yang lebih tinggi yaitu afiliasi ($\beta = 0,412$) dibandingkan dengan kekuatan ($\beta = 0,033$) dan prestasi ($\beta = 0,057$) Artinya meskipun secara keseluruhan kebutuhan psikologi mempengaruhi *perspective taking* pada pengunggah *instastory* tetapi dari 3 dimensi kebutuhan psikologi yang menentukan seseorang memiliki *perspective taking* yang cukup baik adalah ketika pengunggah *instastory* memiliki dorongan kebutuhan afiliasi. Karena apabila seseorang

mengunggah instastory dilatar belakangi oleh keinginan untuk menjalin hubungan dengan orang lain akan cenderung memikirkan orang lain agar interaksi sosial lebih mudah dan harmonis.

Dari hasil analisis deskripsi menunjukkan bahwa subjek mempunyai kecenderungan perpektif taking cenderung baik. Hal ini di indikasikan bahwa mayoritas subyek mempunyai perpective taking sedang sebanyak 61,4%; dan tinggi sebanyak 37,7%. Hanya sebanyak 0,9% subyek yang mempunyai perspective taking rendah. Hasil ini mengindikasikan bahwa subjek memiliki kepedulian yang cukup baik terhadap perasaan calon *viewer* dari konten yang di unggah oleh subjek.

Tabel 2:
Hasil Katagorisasi Tingkat *Perspective Taking*

Kategori	Range	Jumlah Subyek	Prosentasi
Tinggi	40 – 52	132	37,7%
Sedang	26 – 39	215	61,4%
Rendah	13 – 25	3	0,9%

Pembahasan

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa kebutuhan psikologi yang terdiri dari prestasi (*Achievment*), kekuatan (*power*) dan afiliasi (*Affiliation*) berpengaruh terhadap *perspective taking* para pengguna *instastory*. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh kebutuhan psikologi terhadap *perspective taking* pengunggah *instastory*

Hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh antara kebutuhan psikologi terhadap *perspective taking*. Hal ini sesuai karena mengunggah *instastory* merupakan suatu tingkah laku bisa disebut tingkah laku ermotivasi karena dilatar belakangi adanya kebutuhan. Tingkah laku mengunggah *instastory* utuk memenuhi kebutuhan dalam diri individu bukanlah hal yang salah , selama kebutuhan tersebut tidak menyebabkan dampak yang negativ bagi orang lain dan tidak memunculkan sifat egosentris. Karena instagram merupakan media sosial dimana semua orang mampu menjangkaunya. Perlu disadari bahwa apapun yang diunggah di instagram terutama dalam *instastory* memiliki potensi mempengaruhi orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka kemampuan *perspective taking* itu perlu digunakan, agar mampu membayangkan

posisi berada diposisi orang lain yang melihatnya. Terbukti bahwa dalam penelitian pengunggah

instastory meskipun dalam memenuhi kebutuhannya dengan cara mengunggah *instastory* tetap menggunakan pemikiran jika berada pada posisi orang yang melihat unggahannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kebutuhan psikologi yang memiliki 3 dimensi yaitu prestasi (Achievment), kekuatan (power) dan afiliasi (Affiliation) yang memberikan kontribusi yang lebih tinggi yaitu afiliasi ($\beta = 0,412$) dibandingkan dengan kekuatan ($\beta = 0,033$) dan prestasi ($\beta = 0,057$). Adapun secara parsial dimensi afiliasi ($t = 0,978, p < 0,05$) adalah dimensi dari kebutuhan psikologi yang memiliki pengaruh terhadap *perspective taking*. Artinya meskipun secara keseluruhan dari kebutuhan psikologi mempengaruhi *perspective taking* pada pengunggah *instastory* tetapi dalam 3 dimensi kebutuhan psikologi yang menentukan seseorang memiliki *perspective taking* yang cukup baik adalah ketika pengunggah *instastory* memiliki dorongan kebutuhan afiliasi. Karena orang yang memiliki kebutuhan afiliasi akan cenderung memikirkan orang lain karena dengan begitu interaksi sosial lebih mudah dan harmonis.

Hal ini sesuai karena pengunggah *instastory* yang dilatar belakangi kebutuhan afiliasi cenderung melakukan *perspective taking*, karena mereka kebutuhannya untuk berhubungan atau berinteraksi dengan orang banyak. Maka dari itu kebutuhan afiliasi yang paling berpengaruh terhadap *perspective taking*, karena *perspective taking* adalah metode untuk meningkatkan hubungan sosial serta mampu konsisten menurunkan stereotip dan prasangka serta membantu kelancaran roda interaksi. (Wang, Tai, Ku, & Galinsky, 2014)

Di dalam teori kebutuhan psikologi McClelland terdapat tiga jenis kebutuhan, yaitu prestasi, kekuatan dan afiliasi. Kemudian dari penelitian ini hasil tentang kebutuhan psikologi secara umum pada kategori sedang, yaitu 80% dengan jumlah subyek 280 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap orang bertindak laku pasti didasari dengan kebutuhan. Begitu juga dalam perilaku mengunggah *instastory*. Hal ini selaras dengan teori Dirgagunarsa (1996) bahwasannya tingkah laku mengunggah *instastory* disebut dengan tingkah laku bermotivasi karena di dalamnya terdapat unsur dorongan atau pembangkit tenaga bagi terjadinya suatu tingkah laku. (Sobur, 2003:270). Tingkah laku mengunggah *instastory* terbukti dilatar belakangi oleh kebutuhan dengan hasil kebutuhan sedang, meskipun sedang tetap berarti bahwa perilaku mengunggah *instastory* didasari dengan kebutuhan yaitu teori kebutuhan yang dicetuskan oleh McClelland. Hal itu selaras dengan teori lingkaran motivasi menurut Dirgagunarsa (1996), dimana mengunggah *instastory* bisa disebut tingkah laku bermotivasi karena dilatar belakngi oleh kebutuhan dan diarahkan pada pencapaian tujuan, agar suatu kebutuhan terpenuhi dan suatu kehendak terpuaskan. (Sobur, 2003: 271)

Hasil analisis data deskripsi menunjukkan bahwa *perspective taking* pengunggah *instastory* cenderung berusaha memahami perasaan yang orang lain yang akan melihat konten yang diunggahnya. Hal ini menjadi sangat penting dalam membangun relasi interpersonal khususnya dalam dunia maya.

Instagram adalah salah satu media sosial yang berhubungan dengan orang banyak maka dari itu *perspective taking* dibutuhkan agar terjalin hubungan sosial yang seimbang di dalam dunia maya, karena didalam dunia maya rentan sekali dengan masalah perbedaan pola pikir dan pemahaman serta memunculkan berbagai respon yang dapat menimbulkan situasi yang susah dikendalikan jika semua individu merasa bahwa dirinya dengan argumentasinya paling benar ditambah kondisi yang tidak saling langsung bertemu. Menurut Galinsky dan Moskowitz (2000) *perspective taking* dapat menurunkan stereotip pandangan buruk terhadap kelompok lain dan meningkatkan perhatian pada kelompok itu. *Perspective taking* secara psikologis dan sosial penting bagi keharmonisan interaksi antar individu. keharmonisan itu harus terjalin meskipun dalam dunia maya sehingga pengunggah *instastory* perlu untuk melakukan *perspective taking*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cynthia S. Wang, Kenneth Tai, Gillian Ku, Adam D. Galinsky (2014) bahwa *perspective taking* dapat meningkatkan kontak sosial dengan menurunkan pandangan buruk terhadap kelompok lain.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat diambil simpulan bahwa kebutuhan untuk berafiliasi menjadi menjadi faktor yang menentukan upaya memahami orang lain dalam berjejaring sosial. kemampuan memahami orang lain menjadi penawar untuk terjadinya perdamaian dalam hubungan sosial di dunia maya.

Untuk itu dapat disarankan bahwa perlu diajarkan pada anak-anak dan remaja untuk belajar memahami orang lain secara seksama, selain itu memahami arti penting dalam hubungan antar sesama merupakan hal yang harus ditumbuhkan. Hasil penelitian yang tidak menunjukkan adanya hubungan antara kebutuhan achievement dan power terhadap *perspective taking* memunculkan tantangan tersendiri. Meskipun kesan bahwa prestasi dan kekuasaan lebih berorientasi pada individu tetapi prestasi dan kekuasaan membutuhkan orang lain baik sebagai kolaborator maupun kompetitor. Maka memahami keberadaan orang lain ini juga semestinya dipunyai oleh individu. Jika tidak maka akan membahayakan dalam relasi berkomunitas. Untuk itu melibatkan variabel lain yang ber-locus internal individu maupun eksternal menjadi darandari penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Azlina, A., Lestari, M. T., & Fitrah, D. S. (2015). *Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka)*. *e-Proceeding of Management*, 2229.
- Baston, C. D., & Ahmad, N.Y.. (2009). Using Empathy to Improve Intergroup Attitudes. *Social Issues and Policy Review*, 141--177.
- Bohang, F. K. (2017, juli 27). *Indonesia, Pengguna Instagram Terbesar se-Asia Pasifik*. Dipetik februari 2, 2018, dari kompas.com:
<http://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik>
- Bungin B. . (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Davis, M. H. (1983). Multidimensional approach to individual differences in empathy. *Journal Personality and Social Psychology* , 44. 113-126.
- Dirgagunarsa, S. (1996). *Pengantar Psikologi* . Jakarta: Mutiara.
- Galinsky, A. D., & Moskowitz, G. B. (2000). Perspective-Taking: Decreasing Stereotype Expression, Stereotype Accessibility, and In-Group Favoritism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 708-724.
- Galinsky, A. D & Ku, Gillian . (2003). The Effects of Perspective-Taking on Prejudice: The Moderating Role of Self-Evaluatio. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 596-604.
- Gehlbach, H., & Metcal, K. A. (2009). *Social Perspective taking . Digital Access To Scholarship At Harvard*.
- Hasan, Iqbal. (2009). *pokok-pokok materi statistik 1 (statistik deskriptif)*. Jakarta: sinar garfika offset.
- Henry. (2013, september 6). *Teori Motivasi Kebutuhan McClelland*. Dipetik februari 2, 2018, dari toerionline.net: <http://teorionline.net/teori-motivasi-kebutuhan-mcclelland/>
- Kemdikbud. (2015, januari 16). *badanbahasa.kemdikbud.go.id*. Dipetik februari 2, 2018, dari badanbahasa.kemdikbud.go.id:
<http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/content/asal-kata-mengunduh-dan-mengunggah>
- Johnson. (1975). Cooperativeness and social perspective taking. *Journal of Personality and Social Psychology* , 31, 241-244.
- Nurseto, T. (2010). Pembelajaran Motivasi Berprestasi Dalam Mata Kuliah Kewirausahaan Dengan Game Tournament. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 7: 82-93.
- Rinjani, H. & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Mengakses Facebook pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1 (1) 76-85.
- Siagian, S. P. (1995). *Teori Motivasi Dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum Dalam Lintas Sejarah* . Bandung: Pustaka Setia .
- Taufuddin. (2017, januari 15). *5 Dampak Negatif Instagram, Apa Kamu Mengalaminya?* Dipetik february 2, 2018, dari taifuddinblog.wordpress.com:
<https://taifuddinblog.wordpress.com/2017/01/15/5-dampak-negatif-instagram-apa-kamu-mengalaminya/>
- Taufik. (2012). *Empati Pendekatan psikologi sosial* . Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Utari, M. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya*. *Jom Fisip*, 1-22.
- Wang, C. S., Tai, K., Ku, Gillian., & Galinsky, A. D. (2014). Perspective-Taking Increases Willingness to Engage in Intergroup Contact. *PLoS ONE*, vol. 9 (1): 1-8
- Yusuf, O. (2017, september 29). *Naik 100 Juta, Berapa Jumlah Pengguna Instagram Sekarang?* Dipetik Februari 2, 2018, dari kompas.com:
<http://tekno.kompas.com/read/2017/09/29/06304447/naik-100-juta-berapa-jumlah-pengguna-instagram-sekarang>
- Zulkifli. (2010, April 20). *Teori Tiga Kebutuhan (David McClelland)*. Dipetik february 2, 2018, dari izul's blog : <http://izulblogs.blogspot.co.id/2010/04/teori-tiga-kebutuhan-david-mcclelland.html>

