

Analisa Peran Social Media Dalam Mengembangkan Altruisme Netizen Instagram Indonesia

Eryc

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas International Batam
Baloi-Sei Ladi, Jl. Gajah Mada, Tiban Indah, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia

*e-mail: eryc.yeo@gmail.com

Received: 27-09-2022, **Revised:** 18-10-2022, **Accepted:** 23-10-2022

Abstrak

Kemajuan teknologi mengurangi waktu keluaran media massa, menyediakan fasilitas penyimpanan untuk konten media, mempercepat jurnalisme kewarganegaraan, dampak pada biro iklan, dan lain sebagainya. Teknologi informasi seperti social media telah sangat membantu perkembangan media massa dengan menemukan teknologi yang menggunakan internet. Platform media sosial dapat membantu memajukan pemerintah dan sikap publik. media sosial memungkinkan pengguna untuk melakukan percakapan, berbagi informasi, dan membuat konten web. Salah satu permasalahan global yang belum terselesaikan, contohnya kemiskinan ekstrem saat ini diperlukan pemahaman yang lebih baik tentang konstruksi yang dapat memprediksi altruisme sebagai salah satu opsi dalam menyelesaikan permasalahan ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian topikal dan tepat waktu dengan mempelajari peran prediktif dari welas asih dan empati menggunakan media sosial dalam memahami altruisme. Metode penelitian menggunakan kuantitatif menggunakan kuesioner dengan metode analisa regresi untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Temuan penelitian menunjukkan upaya media sosial untuk memotivasi altruisme, welas asih, dan empati berpengaruh signifikan positif yang artinya bisa dimanfaatkan melakukan kampanye gerakan saling peduli dan memberi, menyalurkan bantuan kepada mereka yang membutuhkan menjadi lebih mudah. Gerakan altruisme ini bisa dipercepat manfaatnya melalui pemanfaatan sosial media untuk menjangkau mereka yang memerlukan bantuan dan arus informasi menjadi lebih cepat.

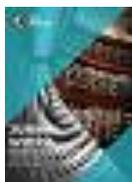
Kata kunci: Social Media, Altruisme, Welas Asih, Empati

Abstract

Technology development reduces mass media output duration, provides storage facilities for media, supports content citizenship journalism, impacts on advertising agencies, and so on. Information technology such as social media has greatly helped the development of mass media by finding technology that uses the internet. Social media platforms can help advance government and public attitudes. Social media supports users to have conversations, share information, and create web content. One unresolved global problem, such as extreme poverty, calls for a better understanding of what predicts altruism and what doesn't. The aim of this study was to answer this topical and timely research question by studying the predictive role of compassion and empathy using social media in understanding altruism. The research method uses quantitative questionnaires with regression analysis to determine the effect between variables. The research findings show that social media efforts to motivate altruism, compassion, and empathy have a significant positive effect, meaning that they can be used to carry out campaigns for caring and giving movements, making it easier to



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



channel aid to those in need. The benefits of this altruism movement can be accelerated through the use of social media to reach those who need help and the flow of information becomes faster.

Keywords: Social Media, Altruism, Compassion, Empathy

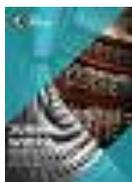
1 Pendahuluan (or Introduction)

Wang Tzu Kuang [1] menyatakan tujuan mengembangkan konsep altruis memberi dan berbagi, makna maitri adalah kasih, dengan kasih memberikan kebaikan, semangat membagi kebahagiaan dan kebaikan kepada sesama, dari kecil dilatih memberi kebaikan dan kebahagiaan sesama akan memberikan pengaruh besar setelah mereka dewasa. Manusia bersifat sosial, saling mengandalkan untuk bantuan, dukungan, dan kerjasama [2]. Keadaan tertentu meminta untuk memprioritaskan di luar kebutuhan mendesak diri kita sendiri, keluarga, dan teman untuk memberi manfaat bagi orang lain. Misalkan contohnya masalah kemiskinan global. Menurut perkiraan terbaru, 736 juta orang hidup dalam kemiskinan ekstrem di seluruh dunia, bertahan hidup dengan kurang dari 1,90 dolar per orang sehari [3]. Ini sangat kontras dengan miliaran orang terkaya yang membuang 32 dolar atau lebih per hari. Perserikatan Bangsa-Bangsa [4] memperkirakan bahwa waktu untuk mengakhiri kesulitan mereka yang berada dalam kemiskinan ekstrem adalah selama beberapa dekade yang akan datang karena peningkatan populasi turun bersamaan dengan penurunan angka kematian anak. Untuk mencapai hal ini, diperlukan memprioritaskan di luar kebutuhan mendesak atas konsep altruisme dari individu pribadi, keluarga, dan teman-teman dengan bertindak melalui pendidikan moralitas altruisme [5]. Sebuah pertanyaan menarik dan relevan yang sebagian besar masih belum terjawab adalah apakah kita dapat memprediksi kecenderungan orang untuk membantu, bahkan ketika diharuskan dengan bantuan donasi dimasa sulit.

kabar baik mulai berkembang pada kenyataannya lanskap digital dipenuhi dengan aktivitas positif saat ini. Jauh lebih banyak orang yang terlibat dalam tindakan altruisme *online* daripada yang biasanya, dipercayai sudah saatnya mulai menjadi pembicaraan [6]. Faktanya, penelitian di bidang "altruisme digital" menunjukkan bahwa itu adalah fenomena yang berkembang. Eryc [7] menyatakan bahwa mengapa masyarakat harus peduli dengan penggunaan internet karena pemanfaatannya sangat signifikan. Altruisme digital adalah tentang menggunakan perangkat digital untuk mendukung pengembangan kekuatan dan kebajikan. Pemanfaatan teknologi ini melibatkan penggunaannya atas kesadaran tentang apa yang diposting secara *online* dan bagaimana kita menanggapi posting orang lain. Menurut Lee et al.[8], altruisme mempengaruhi komunitas *online* secara substansial. Ma dan Chan [9] menemukan bahwa altruisme merupakan motif penting untuk berpartisipasi, mendukung, dan berbagi pengetahuan di media sosial. Mereka juga menyatakan bahwa altruisme sebagai motif membangun loyalitas dalam komunitas *online*, khususnya di komunitas yang dibangun di atas kepentingan bersama, seperti contohnya Tasty Komunitas yang menerapkan altruisme. Menjadi jelas dari analisis data bahwa beberapa anggota di komunitas ini memposting untuk alasan tanpa pamrih. Mereka melakukan ini dengan bersimpati, menasihati, dan memuji citra makanan orang lain. [9].

Fokus penelitian ini dibangun di atas dan memperluas penelitian sebelumnya tentang empati dan altruisme dengan peran sosial media. Penelitian Ini menawarkan tambahan baru untuk memahami prediktor sifat altruisme dalam beberapa cara. penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa perhatian empatik dan perspektif mengambil altruisme dimediasi oleh welas asih [10]. Namun, kualitas prediktif perhatian empatik dan welas asih belum dibandingkan, dan perbandingan semacam ini diperlukan untuk menetapkan apakah konstruksi ini dapat memprediksi altruisme melalui tindakan netizen di social media. Membangun konstruksi unggul bermanfaat untuk mengarahkan penelitian masa depan serta untuk aplikasi praktis, seperti memfasilitasi ajakan amal sumbangan untuk membantu donasi atau menggalang dana secara *online* untuk bantuan dana. Penelitian ini membandingkan welas asih dan empati pada tingkat komponen sehubungan dengan prediksi altruisme melalui media sosial, serta direplikasi dan diperluas pada temuan sebelumnya oleh Lim & DeSteno [10] dalam dua cara: (1) dengan memeriksa dalam survei laporan terkontrol, hubungan positif antara





pengambilan perspektif altruisme, pengaruh mediasi kepedulian empati pada hubungan ini, serta pengaruh welas asih pada hubungan positif terhadap altruisme. (2) Konseptual kerangka penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya dan penelitian ini adalah pertama kalinya menguji apakah welas asih juga berpengaruh secara signifikan positif terhadap altruisme. Jika hubungan ini dikonfirmasi, orang dapat menyimpulkan bahwa akan adanya manfaat dalam mengukur empati dan welas asih ketika memprediksi altruisme. Terakhir pertanyaan penelitian saat ini sangat relevan saat ini. Masalah dunia nyata yang menjadi perhatian dunia, seperti kebutuhan mendesak ratusan juta orang yang hidup di bawah kemiskinan ekstrem apakah dapat dibantu terselesaikan, Eryc [11] menyatakan dengan bantuan media sosial yang konotasi penyebaran lebih mudah dengan perkembangan teknologi. Menekankan pentingnya membangun pemahaman yang jelas tentang apa yang memotivasi altruisme dan apa yang tidak. Jika berhasil seperti yang disarankan, ukuran empati dan welas asih akan sangat berguna untuk mengidentifikasi individu yang cenderung membantu. Pengetahuan ini dapat digunakan untuk mendorong mereka menuju pekerjaan penting atau perilaku berdonasi terutama dengan bantuan media sosial, karena dengan adanya teknologi *awareness* dengan cepat secara digital [7]. Selain itu, keterampilan ini dapat diterapkan melalui media sosial untuk membuat orang lebih cenderung terlibat dalam altruisme dikenal sebagai salah satu bagian dari *landscape digital altruism*. hal ini akan berkontribusi pada akhir kemiskinan ekstrem dan penderitaan yang dapat dicegah dengan memanfaatkan teknologi media sosial, membuat dunia yang lebih ramah dan penuh kasih. Dalam penelitian ini mengusulkan bahwa welas asih sebagai konstruksi bersama empati untuk menjelaskan mengapa orang memilih untuk membantu orang lain yang membutuhkan bahkan jika ada biaya untuk diri mereka sendiri yang akan dikeluarkan. Welas asih melibatkan toleransi terhadap ketidaknyamanan yang ditimbulkan oleh penderitaan orang lain dalam diri kita, membuat kita cenderung tidak berpaling [12]. Selanjutnya, perasaan prihatin yang hangat dari perhatian Empatik dapat ditemukan terwakili dalam kasih sayang, dan penelitian eksperimental telah menemukan bahwa kasih sayang sebenarnya memiliki pengaruh positif terhadap altruisme [10].

2 Tinjauan Literatur (or Literature Review)

Digital altruism memiliki tiga jenis yang terdiri dari *everyday digital altruism*, *creative digital altruism*, dan *co-creative digital altruism* [13]. Dalam *everyday digital altruism*, seseorang terlibat di dalamnya tanpa harus mengeluarkan banyak tenaga [13]. Wang Tzu Kuang [1] menyatakan bahwa sumber sukacita, welas asih, dan empati adalah altruis. Altruisme adalah sikap selalu mendahulukan dan mempertimbangkan kepentingan orang lain, rela berkorban dan merugi diri, terlebih dahulu memberikan sukacita bagi orang lain. Gao Shan mengatakan Altruis senantiasa mengutamakan kepentingan orang lain tanpa pamrih, dalam urusan apapun terlebih dahulu mempertimbangkan kepentingan orang banyak secara seksama, kemudian menyesuaikan diri, jika tidak mendapatkan bagian keuntungan maka berkorban pun tidak apa [14]. Dinyatakan hidup bermasyarakat adalah senantiasa mendatangkan berkah bagi semua, hanya dengan menjadi pembawa berkah bagi semua barulah hidup kita penuh dengan berkah. Jadi sikap Altruis adalah “dengan sepenuh hati dan sekuat tenaga membantu orang lain meraih kesuksesan, tanpa mengharapkan imbalan dan pamrih, jiwa tiada keakuan” [14]. Ada banyak bukti empiris tentang hubungan antara empati dan altruisme, memberikan hasil yang beragam. Penjelasan yang mungkin untuk hasil yang beragam mengenai efek empati pada altruisme adalah, seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa penelitian tentang hubungan antara empati dan altruisme umumnya dilakukan pada tingkat komponen [15]. Seperti dicatat, konsep empati mencakup beberapa proses yang berbeda [16], yang mendorong pertanyaan kritis apakah semua komponen empati mendorong altruisme, dan apakah mereka melakukannya diberbagai kondisi dan situasi yang berbeda. Sedangkan welas asih adalah konsep berusia beberapa ribu tahun yang diwakili di semua agama besar dunia. Melalui mempopulerkan ide-ide Buddhis, welas asih masuk ke ranah sains barat di awal tahun sembilan puluhan [12]. Hari ini, diwakili di beberapa bidang psikologis, termasuk psikoterapi, psikofisiologi, dan ilmu saraf [17][18][19]. Selain itu, beberapa perawatan berbasis welas asih telah mengumpulkan dukungan





empiris awal sebagai pengobatan untuk depresi, kecemasan, dan meningkatkan kesejahteraan umum, meskipun ukuran sampel yang kecil menggarisbawahi perlunya studi lebih lanjut [17].

KERANGKA TEORITIS

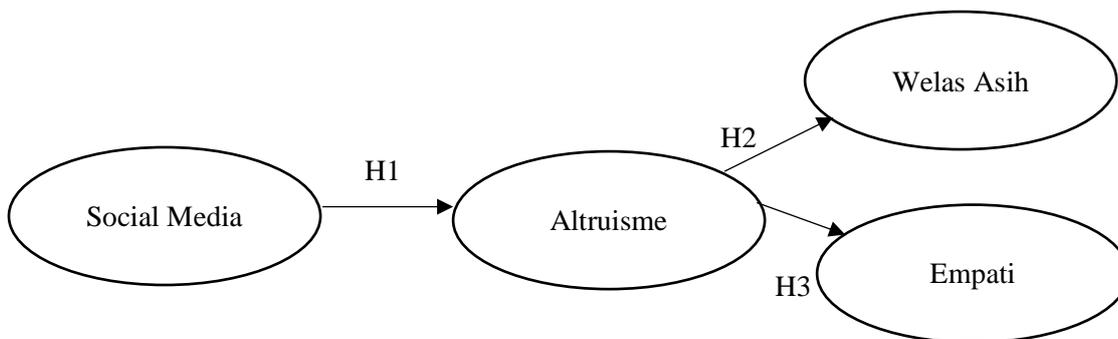
Berdasarkan penelitian sebelumnya, hipotesis penelitian ini adalah:

H1. Ada hubungan positif antara social media terhadap Altruisme

H2. Ada hubungan positif antara Altruisme dengan welas kasih

H3. Ada hubungan positif antara Altruisme dengan Empati

Berdasarkan hipotesis di atas, gambar di bawah ini merupakan kerangka teori penelitian ini:

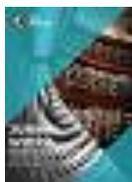


Gambar 1 Kerangka Teoritis

3 Metode Penelitian (or Research Method)

Peneliti telah memutuskan untuk menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner online untuk mengumpulkan data. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan sejumlah besar data yang relevan dan kaya secara konseptual secara efisien [20]. Penelitian ini akan menggunakan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer akan menggunakan survei *online* yang dikumpulkan dari responden pengguna social media instagram di Indonesia yaitu terkait dan mereka yang mengenal konsep altruisme. Data sekunder akan menggunakan jurnal dari penelitian sebelumnya yang kredibel dan terkait dengan topik ini. Untuk mengidentifikasi konsistensi data dalam pengumpulan data. Hasil uji reliabilitas akan menunjukkan apakah kuesioner yang disebarkan sudah menasar responden yang tepat atau belum, dan relevansinya terhadap penelitian ini [21]. Tes ini akan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu KMO, *Cumulative Variance*, dan *Commonalities*. Masing-masing bagian memiliki fungsi untuk mengidentifikasi kualitas pertanyaan dalam kuesioner. Apakah memiliki jawaban yang konsisten dari responden. Penelitian ini akan menggunakan *convenience sampling*, sebagai bagian dari non-probability sampling. Untuk memperjelas sasaran responden adalah netizen pengguna social media Instagram Indonesia yang memiliki paham altruisme. Penelitian ini dalam konteks Indonesia, oleh karena itu peneliti akan melakukan kuesioner melalui *Google form* yang dapat diakses dengan mudah oleh responden di Indonesia. Peneliti akan menggunakan IBM SPSS Statistics sebagai perangkat lunak statistik untuk menganalisis data kuantitatif [22]. Untuk analisis data digunakan analisis regresi linier sederhana yakni dua analisis regresi linier sederhana akan dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan langsung antara social media dan altruisme (sebagai variabel independen) terhadap altruisme sendiri, welas asih, dan empati (variabel dependen), serta hubungan langsung antara sosial media (sebagai variabel independen) terhadap welas asih, dan empati (variabel dependen).





4 Hasil dan Pembahasan (or Results and Analysis)

Pada bagian penelitian ini akan memaparkan hasil analisis data yang dilakukan melalui survei *online*. Hasil analisis data akan digunakan sebagai data pendukung untuk penelitian ini untuk mengidentifikasi hubungan antara media sosial terhadap altruisme dalam hubungan terhadap welas asih dan empati netizen Instagram Indonesia.

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian menunjukkan bahwa semua data reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. KMO Hasil analisis data uji validitas menunjukkan bahwa ke-empat variabel jawaban yang diberikan responden valid, karena memiliki nilai KMO lebih besar dari 0,5. Hasil analisis data tentang varians kumulatif menunjukkan bahwa semua data sesuai, karena variabel-variabel tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari 60%. Semua variabel sesuai karena memiliki nilai komunalitas lebih besar dari 0,7. ini menunjukkan bahwa semua pertanyaan di masing-masing variabel tersebut layak untuk digunakan. 13 responden tidak valid untuk berpartisipasi dalam survei ini. Karena sebagian dari mereka tidak paham mengenai Altruisme dan bukan pengguna instagram. Ini meninggalkan 100 peserta dari 113 berpartisipasi untuk dilanjutkan.

Tabel 1 Hasil Uji Analisa Regresi (SPSS)

Variabel Dependen	Variabel Independent	R Square	B	ANOVA	Sig.	Konklusi
Atruisme		0,101	2.211 (Constant)	0,000	0,001	H1 Diterima
	Social Media		0.216			

Variabel Dependen	Variabel Independent	R Square	B	ANOVA	Sig.	Konklusi
Welas Asih		0,104	3.309 (Constant)	0,000	0,001	H2 Diterima
	Altruisme		0.287			

Variabel Dependen	Variabel Independent	R Square	B	ANOVA	Sig.	Konklusi
Empati		0,110	2.752 (Constant)	0,000	0,001	H3 Diterima
	Altruisme		0.224			

Hasil analisis data pada table diatas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan memiliki nilai b positif. Sehingga dapat dirumuskan bahwa hipotesis H1, H2, dan H3 diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara:

H1 diterima - social media terhadap altruisme berpengaruh signifikan dan positif

H2 diterima - altruisme terhadap welas kasih berpengaruh signifikan dan positif

H3 diterima - altruisme terhadap Empati berpengaruh signifikan dan positif

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara social media terhadap altruisme, dan altruisme terhadap welas asih dan empati. Mayoritas responden yang berpartisipasi adalah wanita berusia 27 – 39 tahun yang merupakan karyawan. Profil demografi menunjukkan bahwa responden kredibel dan terkait karena memahami konsep altruisme dan merupakan pengguna aktif instagram Hasil analisis statistik deskriptif mendukung pengaruh social media dan altruisme terhadap altruisme sendiri, welas asih, dan empati dengan nilai rata-rata variabel yang berada di atas





nilai 4.0. Hasilnya menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan dalam kuesioner dan selaras dengan penelitian terdahulu.

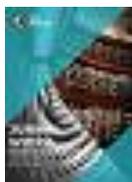
5 Kesimpulan

Dalam penelitian sebelumnya mengusulkan bahwa altruisme sangat penting dalam lingkungan media sosial di mana komunitas dibentuk berdasarkan kepentingan bersama [9]. struktur lingkungan sosial media *online* tidak sepenuhnya memiliki kecenderungan dalam ikatan sosial yang lemah. Dalam lingkungan sosial *online*, pengguna altruistik lebih cenderung menggunakan teknologi sosial dan komunikasi untuk tetap berhubungan dengan orang-orang penting bagi mereka dan menggunakan teknologi untuk menunjukkan kepedulian mereka dan memberikan bantuan kepada orang lain [23]. Dalam hal ini, perilaku altruistik memberikan kohesi tersebut. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan sosial media sebagai alat komunikasi massal terbukti efektif [7]. Oleh sebab itu untuk aktivis pelaku altruisme bisa memanfaatkan sosial media seperti *Instagram* dalam melakukan kampanye gerakan saling peduli dan memberi, menyalurkan bantuan kepada mereka yang membutuhkan menjadi lebih mudah. Gerakan altruisme ini bisa diperbesar manfaatnya melalui pemanfaatan sosial media untuk menjangkau mereka yang memerlukan bantuan dan arus informasi menjadi lebih cepat. Aktivitas altruisme yang bisa dilakukan melalui sosial media bisa berupa perhatian sebagai bentuk kepedulian, motivasi hingga gerakan bantuan misalnya pengumpulan dana bantuan, kampanye rekrut aktivitis sukarela. Kemudian komponen empati dan welas kasih menunjukkan korelasi yang signifikan dengan altruisme. Pengambilan perspektif dan perhatian empatik menunjukkan hubungan yang positif, welas asih menunjukkan hubungan yang positif. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, yang menemukan compassion dan Empathic concern untuk memprediksi secara positif altruisme [10]. motif altruisme sejauh memfasilitasi perhatian empatik dan welas asih. Perhatian empatik, pada hal ini hanya memotivasi altruisme sejauh itu memfasilitasi welas asih. Di sisi lain, diperlukan penelitian lebih lanjut terkait hubungan antar social media mendukung empati dan welas asih seperti altruisme, Ini mendorong penyelidikan lebih lanjut tentang peran penulisan apa yang terkait dengan altruisme, dan apakah itu berinteraksi dengan welas asih. Ini perlu dieksplorasi dalam studi masa depan.

Referensi (Reference)

- [1] W. T. Kuang, *The Core Curriculum of Nature Loving-The Aesthetic Education of Humanity*. Taipei: Tzu Kuang Publisher, 2016.
- [2] M. Tomasello, "The ultra-social animal," *Eur. J. Soc. Psychol.*, vol. 44, no. 3, pp. 187–194, 2014, doi: 10.1002/ejsp.2015.
- [3] W. Bank, "Decline of global extreme poverty continues but has slowed." <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2018/09/19/declineof-global-extreme-poverty-continues-but-has-slowed-world-b>
- [4] "United Nations Department of Economic and Social Affairs." https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf
- [5] I. Sonika, Hosan, "Implementasi Pendidikan Agama Buddha Berbasis Moralitas Altruis pada SMP Metta Maitreya Pekanbaru," *J. Maitreyawira*, vol. 2, no. November, pp. 19–25, 2021.
- [6] "Digital Altruism: Using Social Media to Support Well-being," 2012, [Online]. Available: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/digital-altruism/201202/digital-altruism-using-social-media-support-well-being>





- [7] Eryc, "Pengaruh Dampak Digitalisasi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM," *J. Pendidik. dan Konseling*, vol. 105, no. 2, p. 79, 2017, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>
- [8] H. M. Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, "Determinants of Continuous Intention on Food Delivery Apps: Extending UTAUT2 with Information Quality," 2019.
- [9] W. W. K. Ma and A. Chan, "Knowledge sharing and social media: Altruism, perceived online attachment motivation, and perceived online relationship commitment," *Comput. Human Behav.*, vol. 39, pp. 51–58, 2014, doi: 10.1016/j.chb.2014.06.015.
- [10] D. Lim and D. DeSteno, "Suffering and compassion: The links among adverse life experiences, empathy, compassion, and prosocial behavior," *Emotion*, vol. 16, no. 2, pp. 175–182, 2016, doi: 10.1037/emo0000144.
- [11] E. Eryc, "Systematic Literature Review of Critical Success Factors in Online Advertising," *J. Informatics Telecommun. Eng.*, vol. 5, no. 2, pp. 551–561, 2022, doi: 10.31289/jite.v5i2.6204.
- [12] C. Strauss *et al.*, "What is compassion and how can we measure it? A review of definitions and measures," *Clin. Psychol. Rev.*, vol. 47, pp. 15–27, 2016, doi: 10.1016/j.cpr.2016.05.004.
- [13] D. Klisanin, "Is the Internet Giving Rise to New Forms of Altruism?," *Media Psychol. Rev. [Online]*, vol. 3, no. 1, pp. 1–11, 2011, [Online]. Available: http://mprcenter.org/mpr/index.php/media-exp-main/index.php?option=com_content&view=article&id=215:internetdigitalaltruism&catid=24:socialnetworks&Itemid=180
- [14] W. T. Kuang, *The Survival Path of Humanity*. (Hoyigong, Ed.) Taipei, Taiwan: Tzu Kuang Publishers., 2017.
- [15] J. Decety and J. M. Cowell, "Friends or Foes: Is Empathy Necessary for Moral Behavior?," *Perspect. Psychol. Sci.*, vol. 9, no. 5, pp. 525–537, 2014, doi: 10.1177/1745691614545130.
- [16] B. M. P. Cuff, S. J. Brown, L. Taylor, and D. J. Howat, "Empathy: A review of the concept," *Emot. Rev.*, vol. 8, no. 2, pp. 144–153, 2016, doi: 10.1177/1754073914558466.
- [17] J. N. Kirby, C. L. Tellegen, and S. R. Steindl, "A Meta-Analysis of Compassion-Based Interventions: Current State of Knowledge and Future Directions," *Behav. Ther.*, vol. 48, no. 6, pp. 778–792, 2017, doi: 10.1016/j.beth.2017.06.003.
- [18] C. M. Luberto *et al.*, "A Systematic Review and Meta-analysis of the Effects of Meditation on Empathy, Compassion, and Prosocial Behaviors," *Mindfulness (N. Y.)*, vol. 9, no. 3, pp. 708–724, 2018, doi: 10.1007/s12671-017-0841-8.
- [19] J. E. Stellar, A. Cohen, C. Oveis, and D. Keltner, "Affective and physiological responses to the suffering of others: Compassion and vagal activity," *J. Pers. Soc. Psychol.*, vol. 108, no. 4, pp. 572–585, 2015, doi: 10.1037/pspi0000010.
- [20] Mark.N.K.Saunders, P. Lewis, and Adrian Thornhil, "Research Methods for Business Students," p. 768, 2016, [Online]. Available: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/lancaster/reader.action?docID=5175059>
- [21] Sugiyono, *METODE PENELITIAN kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. 2016.





Jurnal Widya

Volume 3, Nomor 2, Oktober 2022: halaman 273-280

<https://jurnal.amikwidyaloka.ac.id/index.php/awl>

jurnal@amikwidyaloka.ac.id / editor.jurnalwidya@gmail.com

P-ISSN: 2746-5411

E-ISSN: 2807-5528

- [22] B. Blumberg, *Business Research Methods*, no. Chapter 45. 2014.
- [23] M. F. Wright and Y. Li, “The associations between young adults’ face-to-face prosocial behaviors and their online prosocial behaviors,” *Comput. Human Behav.*, vol. 27, no. 5, pp. 1959–1962, 2011, doi: 10.1016/j.chb.2011.04.019.



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).